

**UNIVERSITATEA “AL. I. CUZA”
IAȘI**

**FACULTATEA
DE FILOSOFIE**

Coordonator ID:
Prof. dr. Petru BEJAN

**COMUNICARE SOCIALĂ
ȘI RELAȚII PUBLICE
Volumul V**

**Învățământ la distanță
Anul III
Semestrul I**

**Editura Universității “Al. I. Cuza”
Iași – 2008**

CUPRINS

APLICAȚII ALE SEMIOTICII ÎN PR ȘI PUBLICITATE	7
<i>Prof. dr. Traian Dinorel STĂNCIULESCU</i>	
PSIHOLOGIE SOCIALĂ	87
<i>Conf. dr. Ștefan BONCU</i>	
SOCIOLOGIE GENERALĂ	157
<i>Conf. dr. Dumitru STAN</i>	
CUNOAȘTERE ȘI COMUNICARE	213
<i>Conf. dr. Gerard STAN</i>	
ELABORAREA PRODUSELOR DE RELAȚII PUBLICE II	295
<i>Prof. dr. Petru BEJAN</i>	
RELAȚII PUBLICE SECTORIALE I	363
<i>Prof. dr. Gheorghe TEODORESCU</i>	
COMUNICARE INTERPERSONALĂ	423
<i>Lect. dr. Ioan – Alexandru GRĂDINARU</i>	

APLICAȚII ALE SEMIOTICII ÎN COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

Prof. dr. Traian Dinorel STĂNCIULESCU

CUPRINS

I. Fundamentele semioticii

- I.1. Semnul, "nucleu dur" al semioticii
 - I.1.1. Tentative de definire ale conceptului de semn
 - I.1.2. Nivele de maturizare ale semnului
 - I.1.3. Asumări interdisciplinare ale procesului de comunicare prin semne
 - I.1.4. În loc de concluzie: o definiție integratoare a semnului
- I.2. Semioza, procesualitate a comunicării prin semne
 - I.2.1. Conceptul de situație semiotică: repere metodo-logice
 - I.2.1.1. Pledoarie pentru o semiotică a "comunicării semnificative"
 - I.2.1.2. Modelări integratoare ale situației semiotice
- I.3. Semiotica, știință generală a semnelor
 - I.3.1. Semiotică sau/și semiologie: o dispută încă actuală
 - I.3.2. Virtuți și limite ale discursului semiotic
 - I.3.2.1. Funcții esențiale ale actului semnificator
 - I.3.2.2. Tensiunile unei discipline integratoare
 - I.3.3. Semiotica, pledoarie pentru o logică de tip "și / și"

II. Metodologia semiotică: un ignorat instrument de putere

- II.1. Analiza structurală a (macro)semnului
 - II.1.1. Despre "structura funcțională" a semnelor
 - II.1.2. Despre analiza structurală a textului / discursului lingvistic
- II.2. Analiza triadică sau despre întoarcerea realității la sine
- II.3. Analiza situațională sau despre virtuțile hexadei semiotice
- II.4. Concluzii metodologice: premise pentru un alt pas înainte

III. Quo vadis, semiotica ?

- III.1. Despre statutul actual al unei discipline istorice
- III.2. O informală declarație de intenții
- III.3. Avataruri ale unei firești deveniri
- III.4. Semiotică și filosofie: o necesară regăsire

Anexă

Posibile subiecte de aplicație practică

Bibliografie

Probleme fundamentale ale unității de curs:

- prezentarea principalelor date cu privire la virtuțile teoretice și aplicative ale semioticii;
- definirea corelației dintre procesul de comunicare și analiza semiotică a acestuia;
- conturarea unei metodologii semiotice de analiză a oricărui tip de comunicare umană.

Scopul unității de curs:

- teoretic: cunoașterea de către cursanți a unui domeniu a cărui forță interpretativă este în general puțin cunoscută: semiotica (motiv pentru care accentul conceptual al cursului este pus pe considerațiile aferente acestei discipline);
- teoretico-practic: cercetarea domeniului comunicării umane, prin determinarea conținutului său și a direcțiilor de manifestare specifică;
- practic: sugerarea strategiilor de utilizare a metodei semiotice în scopul optimizării discursului comunicativ.

Obiective operaționale:

- posibilitatea cursanților de a-și construi singuri strategii performante în diferite situații de comunicare publică, prin:
 - a) optimizarea resurselor bio-psiho-logice
 - b) construirea coerentă a discursului comunicativ
 - c) stăpânirea mijloacelor discursive (logice, retorice etc.)
 - d) racordarea optimă la context
 - e) cunoașterea disponibilităților receptorului, în scopul persuadării sale
 - f) urmărirea finalității discursului comunicativ, în scopul perfectării sale
- cercetarea unei situații specifice de utilizare a demersului semiotic.

Modalități de evaluare:

- aprecierea gradului de însușire a cunoștințelor teoretice și aplicative printr-o probă scrisă care va cuprinde:
 - a) subiecte teoretice desprinse din conținutul de idei al cursului publicat;
 - b) o analiză aplicativă.
- lucrare practică realizată de candidat înainte de examen (5-10 pagini), prin alegerea unuia dintre subiectele propuse de profesor sau de candidat (în funcție de opțiunile sale, de angajamentul și competența profesională actuală etc.).

I. Fundamentele semioticii

O accepțiune aparținând deja conștiinței comune asociază *semiotica* / *semiologia* cu “teoria generală a semnelor” [Didier, 1996: 305]. La rîndul său, considerat ca obiect al abordării semiotice, semnul este asumat drept “ceva ce stă în locul a altceva și are relevanță (semnificație) pentru cineva” [Peirce, 1990: 269]. În sfîrșit, a început să devină un loc comun faptul că a studia semnele în procesul comunicării lor echivalează cu a dezvălui o *semioză* [Deely, 1997: 62].

Putem astfel, de la bun început afirma că triada semn-semioză-semiotică delimitează contextul conceptual în care o (re)construcție integratoare a imaginilor omului despre lume și despre el însuși devine posibilă.

De unde interesul pentru regăsirea – în istoria gîndirii umane – a acestei reprezentări, aparent tehnice, a multiplelor chipuri ale lumii? Recuperate într-o manieră analitică, dar coerentă / unificatoare în raport cu întregul pe care îl reprezintă triada semn-semioză-semiotică, cîteva repere esențiale – accesibile și lectorului care nu cunoaște (aproape) nimic despre ceea ce este semiotica – sînt prezentate, în loc de răspuns, în capitolele care urmează.

Semiotica / Semiologia
"TEORIA GENERALĂ A SEMNELOR"

I.1. Semnul, “nucleu dur” al semioticii

Greutatea pe care multiplele conotații ale conceptului de semn o generează valorează – cum spune Eliade – “cît bolta unei culturi”; pentru că “într-un fel arată o cultură care interpretează și trăiește sensul magic al cuvîntului *semn*, și altfel culturile care și-au asimilat sensul metafizic sau profetic al semnelor. Cîtă deosebire între profeții evrei – care transformau întîmplările istorice și mediteraneenii care vedeau în semn forma pură, limitele perfecte, norma! Și iarăși, cîtă deosebire între înțelesul magic al semnului – forță immanentă, energie condensată pe care comanda ritului perfect sau a verbului precis o pune la îndemîna oficianului – și între sensul profetic-creștin al semnelor, așa cum l-a înțeles, bunăoară, un Giachino da Fiore, care interpreta semnele ca o manifestare secretă a ritmului istoriei universale, ritm care ela la rîndul lui pasul lui Dumnezeu pe pămînt...” [1993: 192]. Este suficientă această comprimată istorie a semioticii, în ultimă instanță, pentru a acredita convingerea reputatului istoric al religiei: *întreaga cultură a umanității poate fi rescrisă pornind de la modul diferențiat de*

interpretare și trăire a semnului. Căci, acolo unde cunoașterea nu mai ajunge direct, la nivelul culturilor lipsite de mărturia textelor scrise, doar semnele mijlocitoare ale existenței lor – rituri, mituri, mărturii arheologice etc. – mai pot fi de folos pentru a le cunoaște.

Iată un singur argument intuitiv care ar putea face din studiul semnului un capitol de referință al gândirii umane actuale. Acestuia i se adaugă unul analitic la fel de important și anume: avînd în vedere că orice situație semiotică presupune activarea cel puțin a unui semn, rezultă că semnul reprezintă conceptul central al semiozei. Prin aceasta el devine implicit și conceptul de referință al semioticii. În consecință, nu este nici o uimire în importanța aparte pe care urmează să i-o acordăm în cadrul capitolului de față.

1.1.1. Tentative de definire ale conceptului de semn

Să consemnăm orientările pe care problema definirii semnului o ridică pornind de la principalele “dispute de dicționar”. Putem constata cu acest prilej că definiția termenului de “semn” este însoțită de considerații generale sau particulare care merită consemnate.

Astfel, în **dicționarele de uz comun**, termenului de semn i se subliniază calitatea de a indica, de a permite concluzii cu privire la o realitate oarecare, fiind definit ca:

- “tot ceea ce arată, ceea ce indică ceva” [Coteanu ș.a., 1975: 850];
- “lucru observat care permite să se tragă concluzii cu privire la existența sau la adevărul unui alt lucru, de care este legat (indice, marcă, probă)” [Le Robert, 1996: 1774].

Dicționarele de **filosofie și logică** pun accentul pe dimensiunea ontologică și gnoseologică a semnului, înțeles ca:

- “obiect, eveniment sau acțiune care indică un fenomen material, o stare afectivă, o stare volitivă sau un proces de ordin intelectual. [...] Obiectul pe care semnul îl numește este *denotatul* semnului, iar conceptul denotatului, care este în același timp și înțelesul semnului, poartă numele de *sens*. [...] Semnul este o verigă între obiectul și subiectul cunoașterii. Înțelegerea semnului ca fiind primordial în mod absolut față de *semnificație* și, în consecință, fața de obiectul semnatificat au drept rezultat un *nominalism extrem* și un *empirism subiectivist* de tip lingvistic” [Chețan, Sommer, 1978: 627].
- “formă materială dotată cu semnificație sau care ajută la precizarea semnificației” [Enescu, 1985: 326].

Definițiile subordonate **perspectivei psihologice** (psihiatrice, psihanalitice) marchează cu precădere componenta cognitivă, afectivă și volitivă a semnului, respectiv nivelul de profunzime la care el acționează (logic, în cazul semnului, infralogic, în cazul simbolului) și relația pe seama căruia această acțiune se manifestă. Regăsim, în acest orizont, accepțiuni ale semnului precum:

- “element sensibil care permite cunoașterea sau recunoașterea unui lucru. Spre deosebire de semnal, care se adresează reflexului și inconștientului, semnul face apel la inteligență. [...] Semnul exprimă o idee sau un sentiment, dar pentru a fi inteligibil presupune o înțelegere (tacită sau explicită) între indivizi. Este un element de transmitere a unei comunicări susceptibilă de a lua mai multe semnificații și de a nu avea nici o legătură logică cu ceea ce reprezintă el” [Sillamy, 1996: 282].
- (cf. lat. *signum*): “obiect sau eveniment asociat cu o semnificație; ceva este semn când indică altceva, pe baza unei relații stabile de asociere. [...] Semnul ca simbol dispune de un sens și de o semnificație și este produsul unei operații sau al unui proces. [...] În cazul semnului-simbol, rezultat al unui proces, semnificațiile se complică și se ierarhizează pe diferite nivele de profunzime, aceste semnificații stabilindu-se în funcție de proces și de explicațiile cauzale referitoare la proces sau la manifestare” [cf. Gorgos, 1992: 216-217].

În mod firesc, **perspectiva (psih)sociologică** abordează semnul în orizontul comunicării, al funcționalității sale sociale, descriindu-l ca:

- “suport fizic de ordin substanțial sau energetic al unui conținut informațional (semnificații) constituit social-istoric, care se impune ca atare tuturor membrilor unei colectivități. Cele mai reprezentative semne sînt cuvintele limbii naturale, elaborate ca instrument specific de comunicare interumană” [cf. Golu, în: Bogdan-Tucicov, 1981: 223-224].

Cea mai fertilă direcție din care semnul a fost abordat, a fost cea desigur cea **semiotico-lingvistică** (identificată în bună măsură cu ceea ce s-a numit “filosofia limbajului”), ipostaziind dimensiunea verbală a conceptului de semn.

Această dimensiune a fost exprimată în timp prin diversele puncte de vedere ale gânditorilor¹ care s-au preocupat de problematica limbajului și a comunicării prin limbaj. Printre acestea, într-o manieră punctuală să-i amintim pe Platon și Aristotel, pe stoici și pe Augustin, în antichitate, pe John Poincaré, Claude Lancelot și Antoine

¹ Precizam de la bun început ca spațiul restrîns al cursului de față nu îngăduie și exegeze istorice detaliate, ci cel mult la contribuțiile de esențială referință pe care istoria problemei avute în atenție le-a impus.

Arnauld, pe Locke, Hume, Leibniz și alții în perioada modernă. Aceștia au conturat treptat direcția celor două drumuri pe care semiotica secolului al XIX-lea o va contura: cea *logico-filosofică*, întemeiată de Peirce, și cea *filologico-lingvistică*, fundamentată de Saussure.



Charles Sanders Peirce [1839-1914]

În consens cu unele din încercările anterioare lui, definiția pe care Charles Peirce o asociază semnului este una mai generală, supraordonată aceleia a semnului lingvistic:

“Un semn, sau un *representamen*, este ceva care ține locul a ceva pentru cineva, în anumite privințe sau în virtutea anumitor însuși. El se adresează cuiva, creînd în mintea acestuia un semn echivalent, sau poate un semn mai dezvoltat. Semnul acesta pe care creează îl numesc *interpretantul* primului semn. Semnul ține locul a ceva, anume a *obiectului* său. El ține locul acestui obiect nu în toate privințele, ci cu referire la un fel de idee, pe care am numit-o uneori *fundamentul representamenului*” [1990: 269].

Ideea semnului ca *instrument de comunicare* umană este implicit prezentă în această definiție analitică.

Întreaga noastră gândire și cunoaștere se realizează prin semne

Formulînd opinia – pe care știința modernă pare încă să o ignore – că *întreaga noastră gândire și cunoaștere se realizează prin semne*, Peirce definește semnul ca “un

obiect aflat în relație cu obiectul său, pe de o parte, și cu un interpretant, pe de alta, astfel încît să pună interpretantul într-o relație cu acest obiect corespunzătoare propriei lui relații cu obiectul” [1990: 237]. Într-o variantă mai comprimată, care

cuprinde și sugestia “semiozei infinite”, Peirce va defini semnul drept “ceva care face ca altceva (*interpretantul* său) să se refere la un obiect la care el însuși se referă (*obiectul* său) în același fel, interpretantul devenind la rîndul său un semn și așa mai departe *ad infinitum*” [1990: 274-275].

Concluzionînd, putem spune că orice semn (*representamen*) se află într-o relație informațională cu obiectul său, relație care – mediată de interpretant – aduce un plus de cunoaștere subiectului uman. Aceasta este rațiunea pentru care Peirce notează:

“un semn este ceva prin a cărui cunoaștere cunoaștem ceva în plus. Cu excepția cunoașterii, în clipa prezentă, a conținuturilor conștiinței în acea clipă (cunoaștere a cărei existență poate fi pusă la îndoială) întreaga noastră gândire și cunoaștere se realizează prin semne” [1990: 237].

Se regăsește în acest punct de vedere pragmatic sugestia principalei funcții a unui semn: aceea de a *face eficiente relațiile ineficiente* (a celor de comunicare, în primul rînd, n.n., TDS).

Ferdinand de Saussure [1857-1913]

Contribuția lui Saussure la teoria semnului se întemeiază, prin excelență, pe cazul particular al semnului lingvistic, cu privire la care semiologul elvețian notează:

“Semnul lingvistic nu unește un lucru cu un nume, ci un concept cu o imagine acustică” [1998: 85].



Pornind de la această accepțiune, care sugerează că semnul lingvistic este de natură psihică, Saussure formulează o definiție generalizatoare:

“Numim semn îmbinarea conceptului și a imaginii acustice, deși, în mod curent, acest termen desemnează doar imaginea acustică, a unui cuvânt (arbore etc.), de exemplu). [...] Propunem să păstrăm cuvântul *semn* pentru a desemna totalul și să înlocuim «conceptul» și «imaginez acustică» prin *semnificat* și, respectiv, *semnificant*. Acești ultimi termeni au avantajul de a marca opoziția care îi separă fie între ei, fie de totalul din care fac parte” [1998: 86].

Am consemnat un fragmente esențiale pentru definirea saussuriană a semnului, întrucât ele evidențiază o distinctă opțiune în legătură cu componentele structurale ale semnului (și terminologia aferentă lor). În pofida acestor distincții, Saussure nu le va utiliza cu consecvență pe parcursul studiului său (fapt care a generat multiple interpretări și controverse ulterioare), mai ales în paragrafele în care sînt consemnate principalele trăsături ale semnului: *arbitraritatea*, *motivarea anumitor semne lingvistice*, *mutabilitate* și *imutabilitate*, *natura psihică a semnului* și *liniaritatea* lui.

Contribuțiile celor doi “părinți” ai semioticii contemporane au constituit premisa unor serii de nuanțări ulterioare aparținînd lui Morris, Benveniste, Hjelmslev, Martinet, Eco ș.a., în măsură să clarifice diferențele calitative dintre diferitele moduri de a fi ale semnului.

I.1.2. Nivele de maturizare ale semnului

Avînd în vedere multiplele perspective / definiții posibil de asociat semnului, unii exegeți au sugerat renunțarea la încercările de definire globală, în favoarea unor definiții particulare ale semnelor. Oferim, spre exemplu, opinia unui filosof care consideră că “nu există definiții generale satisfăcătoare ale acestor termeni (semn / simbol, n.n. TDS), deși s-au făcut unele propuneri în acest sens. [...] Întrucît definițiile generale se se dovedesc a fi defectoase, este mai profitabil să fie înregistrate și comparate diversele utilizări ale termenului «semn». Iese atunci la iveală deosebirea

dintre semnele naturale (norii ca semn al ploii) și cele ne-naturale (numite uneori «convenționale») [Flew, 1996: 307].

Precizăm că, în consens parcă cu acest ultim punct de vedere, din unele dicționare – de referință uzuală chiar – conceptul generic de semn lipsește, fiind implicit inclus în definiția semioticii, sau fiind prezent în accepțiuni particulare, cum ar fi aceea de **urme**, **semnal**, **indice** sau **simptom**, **simbol**. Profităm de această constatare pentru a introduce în discursul nostru – pe lângă definițiile asociate lor – și câteva exemple sugestive de forme subiacente semnului, corespunzând tot atât “grade de maturizare” ale semnului. Astfel:

(1) **Urma** reprezintă un “semn concret lăsat de ceva sau de cineva pe locul unde a trecut, stat etc.” [Coteanu, 1975: 1001].

De exemplu, amprenta unui meteorit pe praful lunar, ghiarele unui animal imprimate pe pământul proaspăt, afișele rupte, stegulețele călcate în picioare și siglele rămase după un miting electoral etc. Atunci când se manifestă în planul realității fizice, naturale, urma este rezultatul unui proces de *comunicare virtuală*, instituindu-se ca rezultat al unui proces de reflectare, de reproducere a proprietăților unui sistem în câmpul de proprietăți ale altui sistem (vezi urma picăturilor de ploaie pe nisipul plajei). Atunci când se constituie ca rezultat al activității umane, urma poate fi o *comunicare involuntară* (hârțilele presărate în pădure pot fi urmarea unui act necontrolat, care semnifică însă lipsa de deprinderilor unei conduite civilizate a vizitatorilor), dar poate fi și rezultatul unui act de *comunicare intențională* (grăunțele presărate pe drum de Hänsel și Grätzel, pentru a-și marca drumul, având o atare menire).

(2) **Semnalul** definește un “semn convențional folosit pentru transmiterea de informații, de avertismente, de comenzi la distanță” [Marcu, Maneca, 1978: 978].

De exemplu, strigătul de avertizare al animalelor, focul aprins pe vârful unui deal pentru a transmite informația unei invazii străine, clopoțelul care anunță începerea sau încheierea unei ore de curs, șuieratul locomotivei înainte de plecare și mișcarea fanionului de către conductorul de tren etc. Semnalul este așadar semnul care provoacă o anumită reacție, fără a presupune însă întotdeauna o *relație de semnificare comunicativă*, de semnificare conștientă (cum se întâmplă, spre exemplu, în cazul comunicării instinctuale a păsărilor, prin intermediul cântecului lor). Spre deosebire de aceste manifestări “naturale”, semnalul este utilizat cu precădere în situații în care comunicarea dintre oameni este reală. În aceste situații, semnalul reprezintă mijlocul de transmitere a unor semnificații convenționale (vezi comunicarea prin semnale luminoase).

Un gen aparte de comunicare îl reprezintă situația mediatore în care un semnal convențional se transformă într-unul natural, generând un tip de comunicare specială (între om și animal, spre exemplu, cum se întâmplă în cazul semnalului luminos sau

sonor prin care Pavlov “anunța” animalelor sosirea hranei, determina apariția reflexului condiționat al acestora). În asemenea împrejurări, un semnal poate fi un stimul ca nu semnifică în realitate nimic, dar care provoacă sau solicită ceva. Așa cum observă Eco, când este utilizat ca *antecedent* recunoscut al unui *consecvent* prevăzut, semnalul poate fi considerat cu adevărat ca fiind semn, întrucât ține locul propriului său consecvent [1982: 65].

(3) **Indicele** (cu variantele sale semantice: indiciul, indicatorul) este un semn, dovadă concretă potrivit căreia se poate deduce existența unui lucru; semn, particularitate după care poate fi recunoscut un obiect, un fenomen sau un fapt: prezența fumului indică existența unui foc, creșterea temperaturii are ca indiciu ridicarea coloanei de mercur a termometrului, scăderea presiunii constituie un indicator al lipsei combustibilului etc.

Expresia fizică sau abstractă a unui indice o reprezintă *indicatorul*, cu ajutorul căruia se descrie ceva în principiu cunoscut, orientându-se astfel mai eficient o acțiune umană particulară: tăblița care sugerează direcția pe care trebuie să ne îndreptăm, sau cea care consemnează numele unei străzi, panoul care semnifică interdicția de oprire, curbele grafice care descriu intensificarea unor fenomene sociale, simbolul matematic prin care se sugerează creșterea sau descreșterea valorilor într-un șir oarecare etc.

(4) **Simptomul** reprezintă în general un “fenomen perceptibil care dezvăluie un proces ascuns”, sau, în particular, o “manifestare, tulburare sau senzație anormală resimțită de o ființă și care poate indica prezența unei boli [...], semn întâlnit în cursul unei afecțiuni, avînd valoare diagnostică, cît și prognostică” [Gorgos, 1992: 277], respectiv un “semn, indiciu al unei stări anormale, mai ales al unui fenomen social-economic” [Marcu, Maneca, 1978: 992].

Specificul simptomului în raport cu celelalte manifestări ale semnului rezultă din aceea că el *face parte din referențial*: febra ca simptom al bolii este chiar o manifestare a ei, coada la benzină este un simptom al crizei economice, din a cărei derulări face parte etc. Există semne care pot fi definite atît ca indiciu, cît și ca simptom (am putea spune, de exemplu, că fumul – în calitate de indiciu al focului – reprezintă o parte a focului, deci un simptom al lui).

(5) **Simbolul** definește cea mai complexă și specială manifestare a semnului, motiv pentru care i s-au asociat cel puțin trei accepțiuni complementare, și anume:

- O primă accepțiune a simbolului este aceea de “semn de recunoaștere” [Chețan, Sommer, 1978: 633], accepțiune derivată din sensul etimologic al conceptului de simbol [Ducrot, Todorov, 1972: 131] – provenind din grecescul *symbollein* (“a lega împreună”) sau *symbolon* (“eu leg”), respectiv din latinescul *symbolus* (“pecete”) –, accepțiune prin care se descria un obiect

Simbolul: “semn de recunoaștere”

împărțit în două părți aflate în posesia a doi indivizi diferiți, necunoscuți unul altuia, părți care permitau întâlnirea și recunoașterea lor prin confruntarea celor două jumătăți-



simbol. Cazul fraților de cruce din basmele românești, care se recunosc după multă vreme prin mijlocirea unor atare simboluri, este definitoriu pentru o astfel de împrejurare, în care comunicarea actorilor semiozei este intrinsecă, implicită și obiectuală, simbolul “stînd pentru” o anumită calitate a celor care trebuie să se recunoască (de frați, de membri ai unei grupări secrete etc.). Semnificantul joacă rolul determinant, semnificația urmîndu-i în cazul special cînd cele două simboluri corespund ontologic. Desigur că acestei alternative i se poate găsi și varianta în care semnul de recunoaștere este o abstracție, un cuvînt sau o frază, un desen în care ceea de primează în recunoaștere este semnificația simbolului (cazul simbolurilor utilizate în calitate de “parole”, care să îngăduie accesul la ceva, undeva etc., permite o mulțime de variante de codare, de la simpla rostire a numelui pînă la introducerea codului în

memoria calculatorului).

Această accepțiune a simbolului este prin excelență una de comunicare socială, întrucît vizează situația semiotică de recunoaștere, regăsire, întâlnire etc. a două (sau mai multe) persoane, care posedă cîte una din cele două bucăți ale unui semnului ce servește ca mijloc de identificare. Astfel, diferit de semnul matematic sau lingvistic, care este o convenție pentru înțelegere și operațiuni logice, simbolul social “depinde de reprezentarea prin imagini și rezonanța sa afectivă. Acțiunea simbolică este o activitate de înlocuire și de compensare în lipsa unui rezultat scontat” [Boudon ș.a., 1996: 243].

• O a doua accepțiune a simbolului este aceea de “element substitutiv bogat în semnificație și care exprimă, într-un fel sau altul, însăși esența ideii sau a lucrului reprezentat” [Sillamy, 1966: 288], de “image sau obiect care reprezintă o abstracțiune” [Didier, 1996: 308], alternativă în care simbolul definește o analogie emblematică de genul: porumbelul ca simbol al păcii, crucea ca simbol al creștinătății, elefantul sau sceptrul ca simbol al puterii regale, crinul ca simbol al purității, balanța ca simbol al dreptății, idolul ca simbol al divinității etc. Constatăm că în toate aceste exemple, simbolul exprimă (comunică) printr-o relație de motivare trăsăturile majore ale unei idei abstracte. O atare relație este prezentă și în cazul unor analogii (asociații de idei) intrinsece, cum ar fi de pildă hieroglifile care simbolizează referențialul prin ideomorfism (în limba chineză, ideograma “om” sugerează imaginea schematizată a unei ființe umane). Există însă și simboluri sincretice care pot sugera

Simbolul:
“image sau obiect
care reprezintă o
abstracțiune”

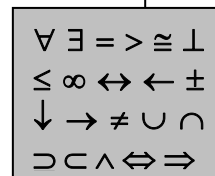
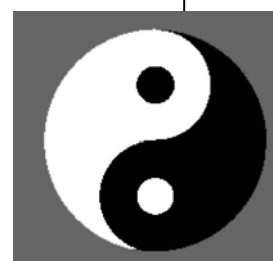
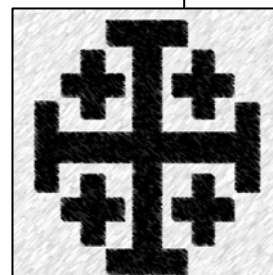
simultan atât o abstracție, cât și o realitate de concretă. Spre exemplu, trandafirul roșu simbolizează deopotrivă tenul sănătos al obrazilor iubitei, respectiv pasiunea înflăcărată pentru aceasta. Atare particularități ale simbolului au permis definiții sintetice de genul: “semn, obiect, imagine etc. care reprezintă indirect (în mod *convențional* sau în virtutea unei *corespondențe analogice*) un obiect, o ființă, o noțiune, o idee, o însușire, un sentiment etc.” [Coteanu ș.a., 1975: 862]. Aceste trăsături au făcut ca simbolul să fie:

– **un semn polisemic, conotativ**, cu multiple posibilități de interpretare, variind odată cu parametrii semiozei în care este integrat (contextul, emitentul sau de receptorul, canalul și zgomotul etc.); regăsim, cu acest prilej, opinia lui Roland Barthes conform căreia “pluralitatea sensurilor” (polisemia) ar caracteriza prin excelență funcționalitatea oricărui simbol; această idee rezultă în mod implicit dintr-un relevant exemplu: “o pietricică neagră; pot s-o fac să semnifice în mai multe feluri: nu e decât un semnificant (un simbolizant căruia îi corespund mai mulți simbolizați, n.n, TDS); în momentul în care, însă, o împovărez cu un semnificat definitiv (de exemplu, condamnarea la moarte într-un vot anonim), fac din ea un semn” [Barthes, 1987: 98];

– **purtătorul unei profunde experiențe de viață**, adresându-se rațiunii și conștiinței, dar mai ales pătrunzând dincolo de acestea, în planul sensibilității și al inconștientului; regăsim, în acest context, punctul de vedere al lui Pierre Janet, conform căruia *principala deosebire dintre semn și simbol vizează relația cu afectivitatea* [cf. Evseev, 1983: 42].

• O a treia accepțiune a simbolului – limitativă și opusă principial primelor două – îl descrie ca pe “o literă sau un alt semn grafic special, folosit pentru a desemna ceva independent de el. Aceste simboluri sînt indispensabile în alcătuirea unui limbaj formalizat sau în cazul utilizării unor formule pentru a reda structura formală a unor enunțuri” [Chețan, Sommer, 1978: 633]. Desprindem în această accepțiune particularitatea simbolului de a fi un semn arbitrar, în întregime convențional, definind cu precădere abstracții de genul celor logico-matematice, chimice, fizice etc. Comunicarea unor mesaje cu ajutorul lor este în întregime arbitrară, ea fiind posibilă numai în situația stabilirii prealabile a unui cod comun. Spre exemplu, operația logică de negație are asociate mai multe variante de notare “simbolică”: non A, A, A, A barat etc., variante care – dacă nu sînt cunoscute dinainte – pot împiedica descifrarea unui text de logică de către un cititor oarecare.

Aceste gen de “simboluri” folosite pe scară largă în știință și tehnică, nu sînt în realitate altceva decât *semne* [DER, 1966: 398], avînd prin excelență un caracter convențional, fiind lipsite de orice conținut evocativ și adresîndu-se în mod “liniar” (strict denotativ) rațiunii. În consecință, o astfel de restrictivă utilizare a termenului de simbol, trebuie avută în vedere doar ca o variantă neesențială, luată în seamă numai



atunci cînd se impun delimitări semantice precise, cu privire la modul în care un specialist sau altul utilizează conceptul de simbol. Căci, așa cum precizează Jean Chevalier, numai prin abuz numim simboluri acele semne menite să reprezinte numere imaginare, cantități negative, diferențe infinitezimale etc.: “Ar fi greșit să credem că procesul de abstractizare, în continuă creștere în limbajul științific, duce la simbol. Simbolul este încărcat cu realități concrete. Abstracția golește simbolul, generînd semnul” [în: Chevalier, Gheerbrant, 1994: 24].

În pofida unei atare realități, sînt cunoscute opinii – de notorietate chiar – pentru care simbolul reprezintă o specie de semn încărcat cu maximă arbitraritate. Peirce însuși – în clasificarea triadică a semnelor (iconice, indiciale, simbolice) –, includea simbolul în această accepțiune strict convențională, operînd cu insemne de genul $x = y+z$. În opoziție cu punctul de vedere al lui Peirce, pentru Saussure “simbolul se caracterizează prin faptul că nu este arbitrar; el nu este vid, există un rudiment de legătură naturală între semnificant și semnificat” [1998: 101]. În calitate de “semn natural”, cuvintele motivate simbolic de tipul fîlfiit, pîlpîit, freamăt, fluviu etc., de exemplu, amintesc prin complexul sonor al semnificantului de anumite trăsături ale obiectului (procesului) denominat. Pentru Saussure, însă, onomatopeile (autentice și neautentice), ca și exclamațiile, nu sînt considerate totuși simboluri [1998: 101-102].

Proba practică ce permite **distincția între semn și simbol** ar fi examinarea celor două elemente structurale ale semnului (simbolului): semnificantul (simbolizantul) și semnificatul (simbolizatul). Astfel, în cazul semnului, relația semnificant-semnificat este *arbitrară* (nemotivată), neexistînd o legătură între sunete și sens, respectiv *necesară*, neexistînd semnificat fără semnificant și invers. În cazul simbolului, această relație este *motivată*, prin asemănare sau contiguitate între semnificant și referențial, în cazul simbolurilor descriind relația “concret abstract”, de genul: flacăra (concretă), simbol al iubirii (abstracție), pe de o parte, între semnificat și referențial, în cazul simbolurilor de factură “concret concret”, de genul: trandafirul (element concret), simbol al obrajilor ființei iubite (realitate concret), pe de altă parte.

Considerațiile de pînă acum sînt în măsură să sugereze principalele trăsături ale simbolului în raport cu semnul, respectiv o definiție generală a lui, comprimînd – subliniem în mod spunem explicit acest lucru – punctul de vedere al lui Saussure, Barthes, Janet. Într-o atare triplă perspectivă, putem defini *simbolul drept un semn*

Simbolul – un semn motivat, polisemic, acționînd cu precădere la nivel infralogic

motivată, polisemic, acționînd cu precădere la nivel infralogic. Aceste trăsături esențiale se regăsesc în nuanțările pe care Ivan Evseev le realizează într-un pertinent “preambul la o teorie a simbolului” [1983: 30-46]. Astfel:

• **dimensiunea motivării** rezultă din definirea simbolului ca: un semn cu o vădită marcă reprezentativă, un semn care se identifică cu obiectul simbolizat;

- **dimensiunea polisemică** este definită de accețiunea simbolului ca: un semn cu o maximă deschidere informațională, un semn care tinde să-și păstreze polivalența și ambiguitatea semantică în orice context, un semn unificator și totalizator;

- **dimensiunea infra-logică** derivă din descrierea simbolului ca: un semn ce vizează laturile fundamentale ale existenței, un semn profund marcat axiologic, un semn activ și paradigmatic, un semn cu o puternică încărcătură afectivă, un semn puternic centrat antropologic.

Aceste multiple trăsături pe care simbolul le presupune au fost cercetate din orizontul unor discipline complementare precum mitologia (Frazer, Krappe, Vulcănescu), psihanaliza (Freud, Jones, Jung, Lacan), istoria artei (Mâle, Beigbeder), istoria religiei (Eliade, Dumezil), etnologia (Claude Levi-Strauss), sociologia (Barthes, Lefevre), logica (Ortigue) și lingvistica (Saussure, Losev, Benveniste, Jakobson) etc. Într-o formă sau alta, toate aceste orizonturi angajează demersul interpretativ al hermeneuticii (Cassirer, Gu non, Lovinescu ș.a.), care – la intersecția cu semiotica – își propune să deslușească sensurile profunde ale limbajelor simbolice. Faptul că simbolul nu poate fi în nici un caz eliminat din sfera de preocupare a semioticii rezultă din două categorii de preocupări:

- analiza implicită a limbajelor simbolice cu ajutorul instrumentarului semiotic (așa cum, de exemplu, se procedează pe parcursul întregii noastre lucrări “Miturile creației – lecturi semiotice [Stănciulescu, 1995]);

- analiza explicită, în limitele unei abordări semiotice de tipul celei de față, așa cum încercăm să sugerăm doar în cele ce urmează.

Prin opoziție cu atributele definitorii ale simbolului, am putea regăsi principalele atribute ale **semnului** însuși: *arbitraritatea*, *denotativitatea*, *logicitatea*. Faptul că “semnul devine simbol în momentul în care se transpune în starea informațională optimă, adică devine apt să comunice cât mai mult atât intelectului, cât și sufletului” [Evseev, 1983: 30] ar putea crea impresia că trecerea de la “bogăția” simbolului la “sărăcia” semnului echivalează cu o “cădere”. O atare impresie este alimentată de faptul deja sugerat că, din punctul de vedere al conținutului, al puterii sale de sugestie și de mobilizare, “simbolul este mult mai mult decât un simplu semn; el ne duce dincolo de semnificație, decurgând din interpretare, condiționată la rândul ei de anumite predispoziții. Simbolul este încărcat cu afectivitate și cu dinamism, făurește, dezmembrând. Simbolul acționează asupra structurilor mentale” [în: Chevalier, Gheerbrant, 1994: 25].

În pofida acestei tulburătoare încărcături a simbolului exprimat, trebuie înțeles corect – în cele din urmă – faptul că “simbolul nu este decât un caz particular de utilizare a semnului” [cf. Evseev, 1983: 30]; sau, cum nuanțează Henri Wald într-un context particular, trebuie acceptat faptul că “trecerea gândirii de la simboluri la semne și de la mituri la teorii este o înălțare, nu o cădere; căci, se poate spune că miturile sînt

**Atribute ale
semnului:**

- *arbitraritatea*
- *denotativitatea*
- *logicitatea*

un fel de teorii ale mentalității arhaice, dar nu și că teoriile moderne sînt mituri degradate ale protoistoriei” [1981: 22]. Altfel spus, relevanța semnului în raport cu simbolul rezultă din aceea că, pentru om cel puțin, discursul simbolic (și implicit cele subordonate lui: indicial, simptomatic etc.) de care s-a prevalat omul arhaic spre a-și exprima “rezonanța” cu lumea devine cu adevărat detectabil doar în momentul în care este supus unei analize explicite și conceptuale realizate prin intermediul semnelor. Relația de succesiune genetică a simbolului cu semnul constituie un cadru de validare a ipotezei că în momentele de început ale utilizării sale, limbajul articulat a fost natural, conotativ, infralogic, deci simbolic (hermeneutic), pentru ca abia ulterior să devină preponderent arbitrar, denotativ, logic (deci semiotic) [Stănciulescu, 1995]. Generalitatea acestui raport de semiogeneză a fost observată de Losev, care constata că “fiecare semn conține, într-o anumită măsură, germenele unui simbol, iar acesta din urmă nu este altceva decît un semn potențat” [cf. Evseev, 1983: 11]. Din această perspectivă trebuie înțeleasă afirmația aparent metaforică că “simbolul este tinerețea semnului, iar semnul este maturitatea simbolului. Semnul începe ca simbol și simbolul termină ca semn” [Wald, 1981: 21].

În concluzie, se poate spune că evoluția istorică a omului însuși poate fi descrisă prin progresul trecerii de la competența “copilăriei” de a citi urmele, de a folosi semnalele și indicatorii, mai întîi, la aceea a “rezonanței simbolice” –, mai apoi, respectiv la performanța “maturității” de interpreta convențional și logic, prin semne, ceea ce anterior era doar natural și infralogic. Definirea acestor etape particulare de manifestare ale semnului permite constatarea că, din punct de vedere metodologic, ele caracterizează tot atîtea niveluri ale comunicării umane, respectiv tot atîtea grade de comunicare istorică.

Altfel spus, cîte tipuri de semne particulare pot fi evidențiate, tot atîtea semiotici particulare pot fi definite:

- urmele și semnalele constituie obiectul predilect al fiziosemioticii, fitosemioticii, zoosemioticii, în spațiul cărora se regăsesc demersurile analitice ale științelor naturii;
- simptomul se definește – în cadrul antroposemioticii – ca obiect de referință pentru discipline precum medicina, antropologia, psihologia, sociologia etc.
- indicatorii constituie un domeniu de interes atît pentru o semiotică a tehnologicului (cibernetica, sistemele tehnologice etc. operează cu asemenea categorii de semne), respectiv pentru o parte din semiotica umanului (antroposemiotica), prin discipline cum ar fi istoria, sociologia, politologia etc.;
- simbolul constituie obiectul de interes al unor discipline antroposemiotice precum religia, istoria, etnologia, psihanaliza etc., unite metodologic de principiile hermeneuticii;
- semnul, ca instanță arbitrară, eprezintă obiectul semioticii teoretice, avînd în subsidiar filosofia și logica, lingvistica, psihologia și sociologia etc.

Cu alte cuvinte, putem constata că în istoria manifestării prin “cunoaștere creatoare” a ființei umane, prezența semnului – în multiplele sale variante – a fost asumată în două moduri deplin complementare:

- **aplicativ**, prin asumarea semnului în calitate de mijloc semnificant, de instrument pus la îndemîna cunoașterii și creației umane (începînd de la cea mitică pînă la cea religioasă, de la cea științifică la cea artistică), pentru care prezența semnului (și implicit a semiozei) a devenit un cadru de analiză;

- **teoretic**, așa cum mai mult sau mai puțin explicit procedează disciplinele social-umanului anterior consemnate.

Dacă cel dintîi mod de abordare a semnului (aplicativ) este responsabil pentru întemeierea semioticii teoretice, cel teoretic este responsabil pentru constituirea semioticii aplicate, în multitudinea formelor sale. Între cele două orizonturi analitice se instituie, așa cum am sugerat deja, un permanent schimb de informații (prin stabilirea unei semioze semiotice teoretico-aplicative, în care semiotica teoretică oferă cadrul analitic pentru cea aplicativă, iar aceasta din urmă oferă celei dintîi elementele de conținut (exemplele) necesare justificării analizelor sale.

În consens cu acest mecanism, ne propunem să oferim – în cele ce urmează – un conținut istoric tentativei noastre conceptuale de a defini principalele dimensiuni ale semnului, acceptat în forma sa cea mai elevată.

I.1.3. Asumări interdisciplinare ale procesului de comunicare prin semne

Constatăm că definirea conceptului de semn din perspectivă multidisciplinară regăsește principalele domenii care și-au asumat cercetarea lui teoretică: *filosofia (logica) și lingvistica*, pe de o parte, *psihologia, psiho-sociologia și sociologia (comunicării)*, pe de altă parte. Aceste cinci domenii determinante ale social-umanului își revendică dreptul de prioritate în raport cu existența semnului, luînd în seamă tot atîtea tipuri de relații esențiale pentru posibilitatea de ființare / utilizare a semnului în contextul actului de comunicare. Să descriem în cele ce urmează aceste relații, concretizîndu-le prin cîteva aspecte specifice și exemple de referință².

(1) *Semn și inferențe logico-filosofice*

Interpretarea proceselor logice în termenii unor operații cu semne poate fi regăsită încă la stoici, care defineau semnul drept “propoziția constituită de o conexiune validă care revelează consecventul” [Sextus Empiricus, *Adversus Mathematicos*, VIII, 245], pentru ca mai tîrziu Hobbes să nuanțeze aceasta relație” un semn este antecedentul

² Patru dintre aceste aspecte sînt consemnate de J.- M. Schaeffer [Ducrot, Schaeffer, 1996:165-167], într-o altă ordine decît aceea în care – din motive de coerență logică – le vom urmări noi în contextul de față. În plus, pe lîngă cele patru domenii menționate, l-am introdus în mod explicit și pe acela al lingvisticii, marcînd relația “semn-lingvaj”, fără de care nici o asumare teoretică a semnului nu poate fi completă.

evident al consecventului sau, invers, consecventul antecedentului, atunci cînd s-au observat mai întîi consecințe asemănătoare, și cu cît aceste consecințe au fost observate mai frecvent, cu atît semnul este mai puțin nesigur [Leviathan, 1]. Pe filiera semio-logică deschisă de Pierce, Eco traduce – la rîndul său – procesele de inferență logică în termeni semiotici, considerînd că:

– în cazul **deducției**, premisa este “semnul sigur” (antecedentul evident” al lui Hobbes) al concluziei, deoarece o conține analitic;

– în cazul **inducției**, aceasta poate fi asimilată cu interpretarea unui simptom (cazul individual fiind tratat ca simptom al clasei proiectate prin extrapolare), a cărui seriare (mulțime de confirmări ulterioare) poate conduce la constituirea unui cod în măsură să valideze retrospectiv inferența simptomatică de la care s-a plecat (o relație similară este descrisă de Hobbes atunci cînd consideră consecventul ca semn al antecedentului).

Atare aspecte – cărora desigur li se adaugă și altele desprinse dintr-o frământată filosofie a limbajului (cum ar fi, de pildă, cercetarea relației dintre *ontos* (realitate) și *logos* (semn, cuvînt, text) – fac obiectul de interes al unei semiotici logico-filosofice.

(2) **Semn și comunicare prin limbaj**

Asocierea limbajului (verbal sau nonverbal) cu un sistem de semne destinat comunicării interumane reprezintă – așa cum am arătat deja – una dintre cele mai vechi intuiții ale gîndirii filosofico-lingvistice. În calitate de sistem semiotic, limbajul este un ansamblu de semne adecvat utilizat de agenții comunicării. În interiorul acestui sistem, semnul îndeplinește o dublă funcție [Vasiliu, 1995: 7]:

– este un obiect, ca toate celelalte existente în natură și percepute ca atare de către agenți;

– este un obiect utilizat de către agenții umani ca mijloc de semnificare a celorlalte obiecte ale lumii, pe de o parte, a lui însuși, pe de altă parte.

Cercetarea acestei duble naturi a semnului face – printre altele – domeniul de interes al *semioticii lingvistice*.

(3) **Semn și procese perceptive**

Tentativa de a exprima procesele perceptive în termeni semiotici este legată tocmai de calitatea semnului de a trimite la obiectul care l-a generat. Se regăsește, în acest context, noțiunea de *abducție* – definită de Peirce ca inferență ipotetică construită pe baza unor premise nesigure, cum ar fi de pildă o experiența perceptuală. Stimulii perceptivi nediferențiați devin semne (denotîndu-și cauza, în măsura în care sînt structurați pe baza unor scheme ce joacă rol de coduri semiotice). Potrivit lui Wittgenstein sau după Eco, de exemplu, aceste scheme pot fi identificate, restrictiv desigur, cu o “asumare” a lumii în termenii limbajului, respectiv cu un “decupaj”

lingvistic al realității. Domeniul de interes al unei *psiho-lingvisticii semiotice* se conturează în limitele acestei problematici.

(4) *Semn și manifestare perceptibilă*

În acest context, semnul poate fi definit ca relație de trimitere realizată printr-un eveniment perceput, așa cum rezultă din definiția lui Augustin: “semnul este un lucru care, în afară de specia percepută prin sensuri, atrage de la sine spre gândire alt lucru” [1991]. Potrivit acestei definiții, s-ar părea că stările intenționale (cum ar fi percepțiile, credințele, dorințele etc.) nu ar trebui considerate ca semne. Într-o accepțiune mai generală a semnului, însă – aceea de “eveniment x care ține loc unui eveniment y” –, putem defini drept semne și rezultatele proceselor noastre intenționale, cu observația că:

- producătorul lor le cunoaște semnificația, chiar și atunci când ele nu se manifestă prin semne (semnificanți) perceptibile;
- receptorul lor are nevoie, pentru a și le putea asuma, atât de un cod semiotic identic (sau apropiat) cu cel al emitentului, cât și de o expresie perceptibilă a lor (limbaj verbal, nonverbal etc.).

Concepția morrisiană, degajată din paradigmele psihologiei behavioriste, este de referință pentru acest gen de comunicare, în care semnul este înțeles ca un stimul pregătitor în raport cu un alt obiect care nu este stimul în momentul în care este declanșat un anumit comportament. Spre exemplu, în relația: senzație de foame (impulsul de a mânca) mirosul mâncării de la restaurant satisfacerea impulsului, pentru Morris “semn” este stimulul prezent în faza de orientare a acțiunii și perceput de simțurile de depărtare, după cum “denotat” este considerat obiectul care satisface impulsul. Ceea ce contează, așadar, în semiotica lui Morris sînt relațiile funcționale și nu precizările de conținut [Posner, 1979, în: Marcus, 1985: 88].

Atare aspecte semiotice de funcționare a semnelor-stimuli devin probleme de referință ale unei *psiho-sociologii a comunicării*.

(5) *Semn și intenționalitate*

Disputa cu privire la întrebarea: Presupune acțiunea semnului (semioza) cu necesitate o “intenție de trimitere” (prezența unui emitent uman) sau poate fi ea și rodul unei “transmisii naturale”, care nu mobilizează decît cel mult “atenția semiotică” a unui receptor uman? s-a soldat cu răspunsuri contradictorii:

- unii, cum ar A. J. Greimas (1970) sau J. Deely (1997), postulează și posibilitatea construirii unei semiotici a “lumii naturale”, a unei “fiziosemioze” manifeste la nivelul unei “semnificări virtuale” în care subiectul uman poate să fie absen (semioza nepresupunînd cu necesitate o anumită intenționalitate);
- pe o poziție opusă se plasează semioticieni precum Segre (1970) sau Buyssens (1973), care consideră că existența intenției de comunicare, respectiv a atenției

presupuse de actul receptării este absolut necesară definirii unei situații semiotice, în absența acestora neputând vorbi nici de comunicare, nici de semne;

– în sfârșit, o a treia categorie de cercetători, printre care Morris (1938) și Eco (1973) se situează pe o poziție mediativă, considerând că semnul reprezintă “ceva care – pe baza unei convenții sociale – ține locul a altceva” și că semioza poate fi lipsită de “nivel intențional” al comunicării (cum se întâmplă în cazul semnelor naturale, spre exemplu), presupunând cu necesitate un “nivel atențional”, conștient controlat; o atare accepțiune este posibilă întrucât un lucru este semn numai datorită interpretării sale ca semn al altui lucru de către un interpret [Eco, 1982: 28];

Funcționalitatea semnelor în viața socială – explicit urmărită încă de Saussure – este dezvoltată de Roland Barthes [1964], potrivit căruia “în societate orice utilizare este convertită în semn al acestei utilizări”, fapt care ridică problema frontierelor – în cazul artefactelor – dintre semnele produse intențional și semnele care nu există decât la nivelul interpretării.

O atare distincție, între “semnele intenționale” și “semnele atenționale”, trebuie să ia în seamă că:

– în cazul semnului atențional, acesta este produs în momentul emiterii doar ca un “semn virtual”, care urmează a deveni “semn real” doar în momentul receptării sale;

– în cazul semnului intențional, producerea fenomenului fizic (emiterea și transmiterea semnului) este deja echivalentă cu un act comunicațional.

Stabilirea și nunațarea unor atare distincții definește, în ultimă instanță, domeniul de predilect interes al unei *sociologii semiotice*, care adaugă o explicită componentă socială celorlalte tipuri de analiză semiotică deja amintite.

Nu putem încheia acest paragraf fără a sublinia faptul că acestor componente majore ale discursului cu privire la om li se adaugă, pe de o parte, într-o manieră complementară, contribuțiile particulare ale altor discipline ale social-umanului, de la istorie, etnologie și religie, până la antropologie și medicină (neurologie, psihanaliză, psihiatrie etc.). Pe de altă parte, un câmp aparte de manifestare a semnelor îl delimitează disciplinele care au menirea de a reflecta multiplele chipuri ale realității (din care omul însuși face parte), discipline având la o extremă știința, iar la celălalt arta. Tuturor acestor discipline, operând cu aspecte particulare ale semnelor, li se supraordonează – într-o manieră integratoare – virtuțile teoretice și aplicative ale semioticii.

I.1.4. În loc de concluzie: o definiție integratoare a semnului

Considerațiile pe care capitolul de față a propus-o cu privire la semn, cu multiplele sale probleme și accepțiuni, îl plasează pe cercetătorul modern într-o ipostază care pare a fi benefică: aceea a unui timp “destul de copt ca să reînsuflețescă și să fructifice semnele, găsindu-li-se izvorul și justificarea metafizică în alte niveluri decât

cele «descoperite» de sociologie, biologie, istorism» [Eliade, 1993: 195]. Ea este în măsură să ne ofere posibilitatea unei redefiniri a semnului, în virtutea celor deja menționate cu privire la istoria constituirii sale.

Astfel, semnul poate fi înțeles ca o realitate semnificativă, informațional-comunicabilă (de natură bio-psiho-logică sau obiectuală), denotînd sau conotînd o realitate oarecare (fizică, psihică, socială, transfizică etc.), exprimată prin intermediul unui suport *semnificant* aflat cu tipul de informație conținut (*semnificat*) într-o diversă relație de *semnificare* (naturală sau arbitrară), a cărui transmitere-receptare în context specific (existența unui anume cod, a unui transmițător și a unui canal, a unor zgomote etc.), presupune existența unui interpretant capabil să reflecte cu sens mesajul transmis (decodificare), determinînd – la nivelul receptorului și, prin feed-back, al emitentului însuși – o anume reacție (finalitate, referent).

Această *definire în termeni relaționali a semnului*, în calitate ca *realitate virtual procesuală*, permite identificarea lui cu o *semioză comprimată*. De altfel, o atare definire a fost sugerată – așa cum am văzut – și de alți specialiști, prin intermediul conceptului relațional de *funcție-semn*. Prin aceasta se stinge principial și disputa încă de la început formulată: obiect al semioticii este semioza sau semnul ? Răspunsul nostru explicit formulat în acest context este următorul:

obiectul semioticii îl reprezintă semioza, al cărei potențial “nucleu dur” îl constituie semnul, înțeles ca funcție-semn, de fapt.

O atare recuperare a semnului, corespunde deplin unui imperativ pe care viitorul îl adresează semioticii: *imperativul abordării procesuale*, în care pragmaticii urmează a-i reveni un rol de prim rang.

Dincolo de aceasta definiție analitică, semnul poate fi considerat ca fiind “cărămida”, “nucleul dur” prin care obiectul însuși al semioticii – comunicarea / operarea cu ajutorul semnelor (semioza) – s-a constituit în timp.

I.2. Semioza, procesualitate a comunicării prin semne

Se știe că pentru a putea fi cu adevărat definită, orice știință presupune delimitarea obiectului și a metodologiei specifice. În consens cu alți cercetători, vom considera *semioza ca fiind obiectul de interes major al semioticii*. Potrivit principiului trecerii de la general la particular, cîteva accepțiuni definitorii am putea asocia, pentru început, conceptului de semioză.

În viziunea lui Peirce, care este poate primul ce folosește acest termen, o semioză (*semeiosis*, *semiosis*) ar fi “o acțiune, o influență care să constituie, sau să

implice, o cooperare între *trei* subiecte – ca, de exemplu, un *semn*, *obiectul* său și *interpretantul* său – o asemenea influență tri-relaționară nefiind în nici un caz reductibilă la o acțiune între perechi” [1931, 5.484]. Înțelegerea acțiunii de “cooperare între subiecte” ca proces de comunicare a permis ca, în ultimile decenii, prin semioză să se înțeleagă o “transmitere de semnificații prin intermediul unor simboluri” [Lundberg ș.a., 1954: 360]. Altfel spus, **situația de comunicare** se constituie drept cadru generator al unei **situații semiotice** (semioză). În ultimă instanță, fiind coprezente și determinându-se reciproc, cele două situații pot să fie identificate, cu un grad mai mare sau mai mic de suprapunere. Spre exemplu, potrivit lui Umberto Eco, semiotica trebuie concepută ca fiind “studiul unei activități *creatoare de semioză* [1982: 381, 383]. În acest context, prin semioză ar trebui să înțelegem “procesul prin care indivizii empirici comunică, iar procesele de comunicare devin posibile datorită sistemelor de semnificare. Din punct de vedere semiotic, subiectele empirice pot fi doar identificate ca manifestări ale acestui dublu aspect (sistematic și procesual) al semiozei. *Aceasta nu este o aserțiune meta-fizică: este o opțiune metodologică*” [1982: 383]. În limitele unei atare metodologii, semioza “ar trebui să figureze ca o condiție *sine qua non* printre «criteriile de apartenență», ar trebui deci să decidă dacă un sistem oarecare este și sistem *semiotic*” [Carpov, 1978: 11].

Concluzionând, înțelegem că, în sensul ei cel mai general, semioza materializează la nivel cognitiv-empiric capacitatea ființei umane de a cunoaște lumea prin semne; sau, definită în termenii lui Charles Morris, semioza este “un proces avînd ca specific *producerea de semne*, prin semioză un obiect devenind semn și funcționînd ca atare” [cf. Ionescu, 1993: 220]. Din acest motiv, cazul particularizat al transducerii gândurilor sau a sentimentelor cu ajutorul unor semne reprezintă un proces de creare a unor situații semiotice [Schaff, 1966: 174-175]. Analiza conceptual-abstractă a unui astfel de proces se constituie în *demers semiotic*, în *metalimbaj* avînd ca *limbaj-obiect* semioza propriu-zisă.

Importanța cu totul aparte pe care semioza o îndeplinește în cercetarea sistemelor lumii impune să-i asociem o analiză aparte, urmărind: modelele istoric constituite ale situației semiotice, orizonturile moderne ale semiozei acceptată ca situație de comunicare, arhitectura situațiilor de comunicare semiotică, descrierea diferitelor tipuri de semioză prin intermediul unor instrumente operaționale.

1.2.1. Conceptul de situație semiotică: repere metodo-logice

Extrapolînd universul semnelor și dincolo de existența ființei umane, potrivit *concepției universalist-semiotice* vom spune că o situație semiotică se definește întotdeauna acolo unde apare un semn, exprimînd un proces real sau virtual de

comunicare a unei informații anume. Întrucât lumea, în ansamblul ei, se caracterizează prin prezența semnelor-informații, putem vorbi – de pe pozițiile pansemiotismului – de o infinitate de semioze potențiale sau reale, generând tot atâtea situații potențiale sau reale de comunicare.

I.2.1.1. Pledoarie pentru o semiotică a “comunicării semnificative”

Potrivit lui Umberto Eco, un proces de comunicare poate fi definit ca:

“trecerea unui Semnal (ceea ce nu înseamnă în mod necesar «un semn» de la o Sursă, cu ajutorul unui Transmițător, printr-un Canal, la un Destinatar (sau punct de destinație)” [1982: 20].

Un atare proces se poate institui în contextul unor variate situații de comunicare, între:

- a) două entități (sisteme) naturale (ca proces de reflectare a razei de lumină în urmele lăsate pe suprafața prafului lunar, de exemplu);
- b) o entitate naturală și un sistem tehnic, artificial (receptarea pe pelicula fotosensibilă a unei fotografii a semnalului luminos emis de o stea, bunăoară);
- c) două entități (sisteme) artificiale, între două sisteme tehnice (interferența spoturilor de lumină pe care două reflectoare le generează, de pildă);
- d) un sistem natural sau artificial și sistemul uman (receptarea unei raze de lumină emise de o sursă cosmică sau tehnică de către ochiul uman);
- e) două instanțe umane care comunică în mod conștient, prin transferul de semne (semnale) cu sens; aprinderea focului pentru înștiințarea unei agresiuni militare, constituie un exemplu de astfel de comunicare.

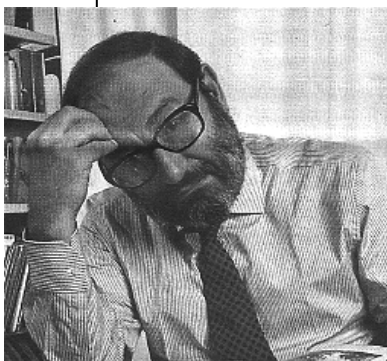
Constatăm că procesul de comunicare poate fi definit între două extreme, *virtuală* și *reală*. Cîteva considerații asupra fiecăreia dintre ele se impun în acest context.

1. Primele trei situații mai sus menționate (a, b, c) le vom încadra în categoria unei “**comunicări**” **virtuale**. În mod obișnuit, asemenea procese de transfer informațional între entități lipsite de conștiință sînt numite *proces de reflectare*. Ele presupun reflectarea unui semnal-informație (aparținînd unui sistem natural sau artificial) în sfera de proprietăți a unui receptor de aceeași factură. Acceptarea în sfera relației de comunicare a unei atare situații – pe care gîndirea raționalist-științifică o respinge fără nici un echivoc – decurge din necesitatea metodologică de a cuprinde în sfera semiozei și punctul de vedere al concepției spiritualist-idealiste, care formulează următorul argument: nu există nici un substrat, nici o realitate a lumii care să nu fie obiect al cunoașterii și referinței semnificatoare; căci, grație conștiinței absolute a divinității creatoare, *totul în univers are semnificație*. Regăsim, în acest context, punctul de vedere universalist al lui Charles Peirce, pentru care “lumea nu se compune din două feluri de

lucruri care se exclud reciproc: semne și nonsemne, sau, altfel spus, lucruri care au semnificație și lucruri care nu. De fapt, nu există obiecte lipsite de semnificație” [cf. Oehler, 1985: 65].

2. Penultima situație mai sus menționată (d) descrie un **proces de comunicare cvasireal**, întrucât vizează mecanismul prin care unui semnal-informație emis de o sursă fizică naturală sau artificială (emitent inconștient) i se asociază o semnificație-sens de către un subiect uman (receptor conștient). În momentul în care receptării (percepției) de acest gen i se asociază o interpretare adecvată, în limitele unui cod (sistem referențial de semne) se cheamă că s-a instituit o “cvasisemie”, cum am putea-o denumi), având în vedere calitatea diferită a celor doi poli ai schimbului de informații, având drept consecință însă un *proces de semnificare totală*. Semnele rezultate în urma acestui gen de comunicare – specific cunoașterii științifice, de exemplu – sînt *semne reale*, deoarece au trecut prin filtrul unei conștiințe semnificatoare, pentru a se închea în coduri semiotice (de cunoștințe) prin care lumea însăși poate fi descrisă.

3. Transferul de informații între subiecți conștienți descris în cazul (e) – comunicare între oameni, sau între oameni și orice altă instanță conștientă, care ar putea să existe – , definește **forma reală a comunicării**. Aceasta presupune o situație semiotică (de comunicare) unanim acceptată ca atare, utilizînd semnul ca dualitate a unui semnal semnificant și a unui conținut semnificat.



Definînd semiotica drept știință a procesele culturale studiate ca *proces de comunicare*”, Eco sugerează că dincolo de orice proces comunicativ există un *sistem de semnificare* [1982: 19]. Așertînd, așadar, o certă distincție între “semiotica semnificării”, tratată de teoria codurilor, și “semiotica comunicării”, cercetată de teoria producției de semne, Eco își stabilește de la bun început conținutul celor două niveluri analitice, precizînd că [1982: 14-15]:

- avem de-a face cu un **sistem de comunicare** (și implicit cu un cod) atunci cînd există posibilitatea – instituită printr-o convenție socială anterioară – de a lua naștere funcții-semn, independent de faptul că funcțiile acestor funcții sînt unități discrete, numite «semne», sau sînt secvențe discursive mari;
- avem un **proces de comunicare** atunci cînd posibilitățile oferite de un sistem de semnificare sînt utilizate pentru a genera expresii fizice (obiectuale) sau pentru a împlini diferite alte scopuri practice.

Se sugerează existența sistemelor de semne precede precede – în calitate de cadru responsabil al “regulilor de competență comunicativă” (procesuală) – desfășurarea procesului însuși. Acest punct de vedere se confruntă, însă, cu același paradox cu care Cratyllos îl înfrunta pe Hermogenes: dacă utilizarea cuvintelor (semnelor)

presupune un cadru convențional, prin mijlocirea căror semne (cuvinte) s-a instituit acest cadru ?

Căutînd o ieșire din acest paradox, ne vom plasa – o dată mai mult – pe poziția mediatoare a logicii lui “și/și”. În acest scop, va trebui să întărim – pe de o parte – adevărul că *în absența semnificării nu putem vorbi de comunicare*, ci doar de reflectare. Simpla percepție prin simțuri a unei realități oarecare de către un animal nu înseamnă semnificare, ci reflectare. Același lucru îl putem spune și despre o ființă umană care nu asociază obiectul receptat de analizatori cu o semnificație specifică, care nu îl decodifică prin plasarea lui într-un cod de semnificații preexistente sau, în eventualitatea că acest cod lipsește, prin construirea unui cod nou, adecvat (ipotetic) obiectului respectiv.

*în absența semnificării
nu există de comunicare,
ci doar de reflectare*

Aceasta este rațiunea pentru care se poate spune că “ori de cîte ori observăm ceva, acea observație presupune deja o semioză pe care se bazează, și datorită căreia obiectul observat există ca obiect – deci ca ceva perceput, simțit, cunoscut –mai înainte de orice” [Deely, 1997: 5]. Pe de altă parte, însă, *situația de comunicare este cea care permite semnului să se manifeste în mod real*. Numai cînd există proces de comunicare real – respectiv o transmitere efectivă de informații de la o instanță naturală/artificială sau umană către un receptor uman, care o receptează – putem vorbi de instituirea unui proces de semnificare reală, deci de semioză, de semn real (nu numai potențial), de o semiotică a realității (nu numai a virtualității). Spre exemplu, omul și-a dobîndit competența semnificării lumii (vezi geneza codului semiotic profund [Stănciulescu, 1996]) printr-un proces în care, alături de componenta biologică și cea psihologică, componenta socială (avînd drept coordonată majoră comunicarea/cooperarea cu semenul) a jucat un rol decisiv. La rîndul lor, competențele bio-psihice înnăscute ale ființei umane sînt rezultatul unei “comunicări genetice” extinse pe parcursul cîtor generații de hominizi.

Avînd în vedere aceste aspecte, opinia lui Eco că este posibilă o semiotică a semnificării independentă de o semiotică a comunicării, dar nu și invers, trebuie nuanțată în acest context prin următoarea precizare: relația de relativă autonomie poate fi pusă în discuție numai după ce, prin comunicare cu natura, cu semenul sau cu sine însuși, omul și-a constituit codul semiotic profund, mai întîi, codurile semantice derivate ale limbajului verbal și nonverbal, mai apoi. Chiar și după această etapă, dacă acceptăm că și atunci cînd semnifică “de unul singur” (cînd gîndește realitatea exterioară sau interioară lui, fără a transmite aceste gînduri nimănui, pe nici o cale explicită) omul comunică de fapt: cu el însuși, pe de o parte, sau, *in extremis*, cu comunitatea umană în ansamblul ei (prin cîmpul conștiinței colective, în eventualitatea că acesta există), pe de altă parte. Aristotelica “gîndire care se gîndește” constituie, astfel, poate cea mai rafinată formă posibilă de comunicare.

În consens cu aceste considerații, trebuie să conchidem că *nu există comunicare fără semnificare, dar nici semnificare fără comunicare*. Iată de ce vom putea spune că

nu există comunicare fără semnificare, dar nici semnificare fără comunicare

“situația semiotică” (de semnificare) și “situația de comunicare” sînt două etape corelate ale unuia și aceluiași proces, pe care sintetic îl putem numi “*situație semiotică de comunicare*” (situație de comunicare semiotică) sau, mai pe scurt “semioză comunicativă”. Prin urmare, “semiotica semnificării” și “semiotica comunicării” devin două instanțe ale uneia și aceleiași semiotici: *semiotica “comunicării semnificative”*. Cele două procese – al semnificării și al comunicării – se manifestă prin mediere reciprocă, reflectîndu-se unul în celălalt – în consens cu paradoxul “oglinzilor paralele” – generînd o semioză fără de început și fără de sfîrșit: ...semnificare comunicare semnificare comunicare...

Într-o accepțiune dialectică, se poate spune că semioza “semnificării comunicative” și aceea a “comunicării semnificative” pot fi concepute ca “etape corelative ale aceluiași proces de in-formare a cunoștințelor” [Rovența-Frumușani, 1995: 17].

În consecință, dacă am fi foarte scrupuloși în utilizarea terminologiei, ar trebui să formulăm ca obiect al semioticii semioza “*semnificării comunicativ-semnificante*”, chiar dacă la o primă vedere o atare sintagmă ar putea să pară redundantă. În realitate, această “*semioză semiotică*” – iată o altă aparentă redundanță – nu face altceva decît să descrie în ordinea unei logici a temporalității principalele etape ale oricărui tip de comunicare prin semne.

Trebuie să precizăm, în acest context, că nu toți specialiștii (semioticieni inclusiv) subscriu la ideea că teoria comunicării este cel mai potrivit cadru pentru a descrie toate tipurile de situații semiotice. Raportîndu-se limbajului gestual, de exemplu, A. J. Greimas, recunoaște că studiile de specialitate elaborate de R. Cresswell, P. Fabbri, C. Hutt, F. Rastier ș.a. angajează în mod relativ distinct [1975: 87-88]:

- **statutul comunicării**, în calitate de structură specifică a conținutului, manifestată prin comportări gestuale ce – fie că pun în joc numai motricitatea corpului, fie că folosesc într-o măsură mai mare spațiul înglobant – vor să stabilească, să mențină sau să întrerupă comunicarea interumană;
- **statutul enunțului**, în calitate de ansamblu al modalităților de judecată ce poate fi făcut despre un enunț (de genul asentiment vs refuz, certitudine vs îndoială, mirare vs viclenie etc.).

Cele două modalități complementare de a reacționa în procesul de comunicare (gestuală, dar nu numai) s-ar identifica cu cele două forme ale comunicării curente pe care Habermas le evidențiază [1983]: **acțiunea comunicativă propriu-zisă** (interacțiunea), care presupune schimb nemijlocit de informații, experiențe legate de acțiune (prin

intermediul uneia dintre formele explicite ale limbajului verbal, scris etc.), și **acțiunea discursivă** (înțelegerea), avînd ca scop instituirea unui acord / dezacord cu privire la mesajul conținut într-o acțiune comunicativă anterioară, fără a mai schimba în mod efectiv informații. Întrucît emitentul unui mesaj poate lua cunoștință – direct sau indirect – de reacția receptorului, modificîndu-și eventual atitudinea, opinia, acțiunea etc. în funcție de această reacție, putem spune că, în pofida absenței explicite a schimbului de informații, discursul generează totuși o situație de comunicare (deci o semioză), mai mult sau mai puțin virtuală, respectiv reală. Cercetînd natura semiozei ce poate defini gestualitatea ca prezență semnificantă în lume, Greimas ajunge la concluzia că: “Dacă nu ne punem de la început problema statutului semiotic specific gestualității, riscăm să nu operăm decît transpuneri de modele metodologice – modele pe care ni le oferă, de exemplu, teoria comunicării – și nu vom ajunge decît la constatarea negativă a nonadecvării lor” [1975: 97]. O atare opinie vizează implicit imposibilitatea identificării depline a celor două forme ale comunicării menționate de Habermas, respectiv lipsa de autonomie a acțiunii discursive în raport cu cea comunicativă. Altfel spus, acțiunea gestuală – prin multiplele sale forme (atributivă, modală, mimetică, ludică etc.) – nu s-ar constitui, datorită “dezolantei lor sărăcii”, decît ca reflexe palide ale comunicării lingvistice. Fiind de acord cu acest punct de vedere, nu putem exclude totuși – așa cum am precizat mai sus – integrarea gestualității în categoria proceselor de comunicare, deci a semiozei implicit, doar pentru simplul fapt că se caracterizează printr-o limitată capacitate de a transmite informație. Chiar și atunci cînd aparent nu este însoțită de nici o transmitere explicită de informații, semioza definită de gestualitate poate fi considerată una virtuală (implicită), care are posibilitatea oricînd de a deveni reală prin explicitare verbală, scrisă etc. Greimas însuși recunoaște (implicit) această posibilitate, atunci cînd definește semioza unui program gestual ca fiind “relația între o secvență de figuri gestuale, luată ca semnificant, și proiectul gestual considerat ca semnificat” [1978: 101].

Avînd ca obiect de studiu semioze cu o doză mai mare sau mai mică de “realitate”, semiotica se constituie prin excelență ca știință a semnelor pe care omul le construiește și le grupează în limbaje semnificante, prin intermediul cărora el își mediază procesul cunoașterii lumii exterioare și interioare lui.

În limitele unei atare semiotici, mecanismele “semnificării comunicative”, respectiv ale “comunicării semnificative”, vor fi studiate în raport cu două niveluri complementare:

- a) unul **generativ-empiric**, materializînd competența general-umană:
 - de a cunoaște și re-crea lumea prin medierea codurilor semnelor; subnivelul unei “semiotici a semnificării”, cu *caracter regulativ-normativ* (existența codului impune o anume receptare și utilizare a lor), ar fi implicat în acest context;

– de a contribui în permanență la îmbogățirea și nuanțarea acestor coduri prin intermediul transferului de semne; subnivelul unei “semiotici a comunicării”, ipostaziind *dimensiunea procesuală* a utilizării semnelor și sistemelor de semne, este implicat cu preponderență în acest cadru;

b) altul, **conceptual-teoretic**, vizînd interpretarea abstractă, formală a celui dintîi, identificat cu demersul semiotic însuși, ca teorie a producerii și optimizării sistemelor de semne.

Dacă, în cercetarea situației de “semnificare comunicativă”, demersul semiotic se implică deopotrivă prin componenta sa *teoretică* (prin efortul de a defini trăsăturile principalelor sale categorii: semn, semioză, semnificare etc.) și *metodologică* (prin definirea unor semiotici de ramură, specifice diferitelor coduri de semne naturale, culturale etc.), în realizarea celui din urmă ea își angajează cu precădere resursele *metateoretice* (valorificînd posibilitatea sistemelor de semne de a se apleca analitic, nuanțator, asupra propriilor lor dimensiuni).

I.2.1.2. Modelări integratoare ale situației semiotice

Pe fondul acestor modalități de semnificare-comunicare, în care *semnul* joacă rol de mediator al adevărurilor lumii, adevăruri descoperite, conservate și transmise de la o generație la alta, s-au construit în *istoria relației dintre om și lume* diferite modele ale situației semiotice. Faptul că există o unitate spirituală a omului din toate timpurile și locurile rezultă și dintr-o “curioasă” obsesie a modelului triangular în descrierea parametrilor esențiali ai semiozei. Dacă vom constata că, într-o formă sau alta, toate aceste modele regăsesc triada fundamentală *realitate-gîndire-limbaj*, “obsesia” triunghiului semiotic apare ca semn al unei firești corelații, începînd de la cele ale antichității indiene sau grecești (Aristotel, stoicii, Augustin), pînă la cele moderne arhicunoscute ale lui Charles Peirce, Ogden-Richards și alții.

În procesul istoric al nuanțării cunoașterii umane, s-a înțeles treptat că cei trei termeni ai triadei nu sînt suficienți pentru a explica nuanțele rafinate ale procesului de comunicare. În consecință, prin luarea în seamă a mai multor variabile ale situației de comunicare au fost propuse modele de tip: tetradic (Lyons, Petöfi, Gardiner), pentadic (Lasswell, Morris) sau hexadic (Ichazo, Heger).

La rîndul lor, însă, modelele de tip poligonal care au descris termenii unei “semioze ideale” – începînd de la cele triadice clasice pînă la cele hexadice actuale – se confruntă cu inconvenientul de a fi “încchise”, respectiv de a avea un “nivel mediu de generalitate”: “Cu cei șase parametri efectivi – precizează Petru Ioan – modelul comunicării, al semnificării și al funcției-semn vădește o generalitate mediană: încadrează modelele mai simple (medadice, diadice, triadice, tetradice, pentadice), dar se lasă complicat prin luarea în considerare și a altor coordonate. Aprecierea nu ne

împiedică să credităm cu maximă generalitate fiecare pol în parte. Marja de aplicabilitate a modelului se va susține tocmai prin natura *recurentă* și *contextuală* a fiecăruia din factori (polii sau «funcțivii» aleși)” [1995: 78].

Încercînd să depășească o atare “închidere metodologică”, Michel Serres propune deschiderea sa prin intermediul unui model al comunicării (semiozei) semnificative” sub formă de *rețea*. Din punct de vedere structural, “modelul comportă o «pluralitate de puncte» (vîrfuri), legate între ele printr-o *pluralitate de ramificații* (drumuri); vîrfurile reprezintă o *teză* sau un *element practic identificat* într-un ansamblu empiric; *drumurile* reprezintă *relațiile dintre teze*, sau «un flux de determinări» care se stabilesc între elementele – două sau mai multe – ansamblului dat” [cf. Carpov, 1987: 83-84].

Putem completa sugestiile modelului de tip rețea cu cele desprinse din *teoria grafurilor*. Astfel, circuitul semiotic-comunicativ devine susceptibil de reprezentare în limitele unui *graf semiotic* cu un număr variabil de elemente (pînă la 12, potrivit “recensămîntului” realizat în paragraful anterior). Relaționarea acestor elemente presupune *intrări și ieșiri informaționale*, posibil de ordonat pe o *axă a diacroniei temporale*. Cîteva *avantaje* notabile ar rezulta din utilizarea modelului sugerat:

- posibilitatea reprezentării simultane (sincronice) a tuturor elementelor structurale ale procesului de comunicare semnificativă;
- posibilitatea centrării analizei pe un element anume al demersului semiotic, respectiv pe un grup corelat de elemente, desprinse din ansamblul grafului;
- reprezentarea relațiilor complexe dintre elementele structurale, prin consemnarea determinărilor funcționale aferente;
- delimitarea etapelor structural-funcționale majore care definesc desfășurarea oricărei situații semiotice complexe;
- sugerarea ideii de procesualitate a actului comunicațional (semiotic) prin angajarea unei dimensiuni diacronice, temporale.

Această ultimă dimensiune este extrem de importantă, întrucît “*semioza funcționează numai în concretul spațio-temporal*”, așa cum încă vechea semiotică indiană consemnează: “ceea ce este indisolubil legat în spațiu și timp este totdeauna semnul celuilalt” (Praceastap da, secolul V e.n.) ([Al-George, 1976: 51].

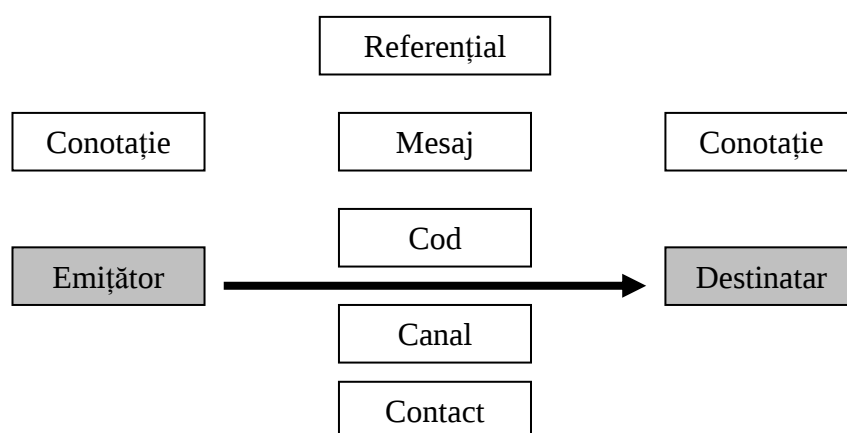
Descriind în egală măsură dimensiunea sincronică și diacronică, structurală și funcțională a unei situații semiotice, modelul grafului corespunde nevoii de analiză complexă și originală a demersului comunicativ. , în scopul cunoașterii cît mai complete a tuturor dimensiunilor și valențelor sale. Iată rațiunea pentru care îl vom folosi ca instrument metodologic și cadru de analiză pentru cercetarea “semiozei semiotice”, obiect al propriei noastre lucrări. Cîteva avantaje justifică o atare opțiune metodologică, pe care însăși reconstrucția semioticii formulată de prezenta lucrare se întemeiază:

– propune semioza – ca “structură profundă” ce descrie orice proces de comunicare-semnificare – drept obiect de referință al semioticii, în calitate de “structură de suprafață”;

– descrie semioza prin intermediul unui graf spațio-temporal orientat, fapt care permite cunoașterea corelată a tuturor dimensiunilor structurale (diacronice) și funcționale (diacronică) ale “semiozei semiotice”.

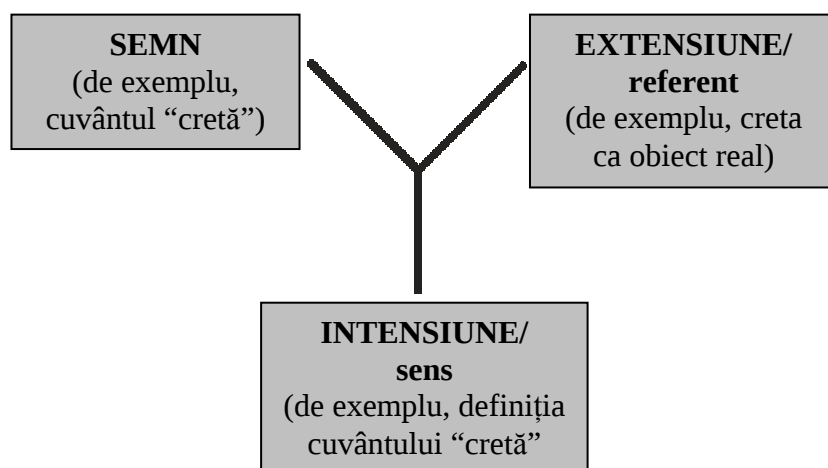
Trebuie să recunoaștem că această opțiune metodologică se regăsește implicit sau explicit formulată și într-o anumită măsură dezvoltată în lucrările unor semioticieni precum Jakobson, Eco, Deely ș. a. În aceste lucrări nu sînt însă luate în seamă toate elementele posibil de definit (structural și funcțional) ale semiozei – și, mai ales nu sînt cercetate analitic așa cum apar ele în procesualitatea semiozei. Pentru a depăși o atare lipsă, ne propunem să desprindem toate elementele structural-funcționale ale procesului de “comunicare semnificativă” și, implicit, de “semnificare comunicativă”, așa cum au fost ele evidențiate de lingviști și logicieni, de semioticieni, praxiologi și psihologi, de matematicieni și specialiști în ingineria comunicării [Marcus, 1988: 330-335].

• Din **perspectiva lingvisticii**, completînd reprezentarea triadică a lui Karl Bühler (*emițător, mesaj, destinatar*), Roman Jakobson adaugă circuitului comunicațional (creator) încă trei dimensiuni: *codul, canalul, referențialul*. Celor șase repere structurale rezultate le corespund, după Jakobson, tot atîtea funcții: *expresivă* (emotivă), *poetică* (orientînd către forma exprimării), *conativă* (cuprinzînd un ansamblu de informații despre realitate), *metalingvistică* (trimițînd la codul utilizat), *fatică* (legată de contactul interlocutorilor, de conexiunea psihologică), *referențială* (raportată realității obiective reflectată prin actul comunicațional-creator). Acestor componente li s-ar putea adăuga, cu valoare de sine stătătoare, dimensiunea structurală a *contextului*, a cadrului în care situația de comunicare se desfășoară, respectiv funcția *contextuală*, în măsură să descrie influențele pe care cadrul le are asupra procesului comunicativ.

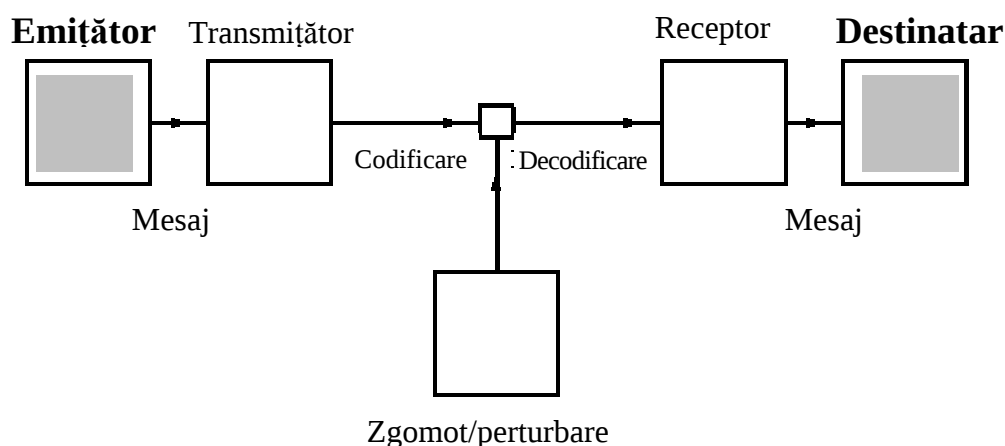


• Dinspre linia de gândire a **logicii și semioticii** (Frege, Peirce, Carnap) a fost sesizată distincția dintre *intensiune / sens* și *extensiune / referent*, ceea ce a permis descompunerea parametrului referențial propus de Jakobson în două subcomponente

corespunzătoare: *intensiunea* (descriind conținutul informațional, sensul, semnificatul-discurs), respectiv *extensiunea* (descriind referențialul / referentul, semnificantul-text). În mod adecvat, cele două repere structurale – urmărind însăși accepțiunea semiotică a conceptului de “semn”, în ipostaza sa saussuriană – a generat definirea a două funcții asociate: *intensională* și *extensională*.



• Din perspectiva unei alte direcții de cercetare – *teoria matematică și inginerescă a informației și comunicației* –, Claude E. Shannon introduce în relația dintre *emițător* (creator) și *destinatar* trei componente mijlocitoare, de factură “tehnică”: *transmițătorul*, *receptorul*, *zgomotul*, cărora le-ar corespunde în mod adecvat funcția de *codificare*, de *decodificare* și, respectiv, de *perturbare* a mesajului (produs de creație).



• *Orizontul praxiologic* urmărește *finalitatea* ca pe o dimensiune structurală specifică actului de “comunicare creatoare”, realizarea acesteia fiind împlinită prin mijlocirea unei funcții *finalizatoare*. Multitudinea efectelor și consecințelor practice cu care se soldează unul și același demers creator, respectiv modalitățile lor particulare de exprimare, corespund acestui orizont structural-funcțional.

• Din punctul de vedere al **psihologiei și psihiatriei** (Beavin, Jackson), procesului de “comunicare creatoare” i se dezvăluie o nouă componentă – *observatorul* – care generează în mod adecvat o funcție de *observare* (terapeutică). În cazul demersului creator, teoreticianului (filosof, semiotician, hermeneut, logician sau lingvist) îi revine demnitatea de a concretiza acest din urmă parametru.

Consemnarea / recenzarea acestor parametri ai situației semiotice se confruntă cu o situație inflaționară, generată de o menționată deja imprecizie și implicit redundanță a limbajului semiotic. Ne vom confrunta, astfel, cu situația că unuia și aceluiași parametru / termen i se asociază o mulțime de accepțiuni și conotații semantice doar aparent distincte, care ar putea nelimita intenția elaborării unui model operațional de semioză.

Complementaritatea perspectivelor menționate îngăduie cuplarea lor într-o *viziune unificatoare*, construită pe desfășurarea în succesiune logică a 12 coordonate structurale majore pe care le-am consemnat mai sus – emițător, transmițător, referențial (intensiune, extensiune), mesaj, cod, context, canal, zgomot, receptor, destinatar, finalitate, observator, respectiv a 12 funcții asociate – expresivă, codificatoare, referențială (intensională, extensională), poetică, metalingvistică, contextuală, fatică, perturbatoare, decodificatoare, conativă, finalistă, terapeutică. Prin interferența acestor componente structural-funcționale – care, în raport cu *gradul lor de relevanță*, pot fi prezente integral sau doar parțial într-un proces de comunicare oarecare, dublându-se sau manifestându-se izolat – s-ar putea defini principial toate situațiile de “comunicare semnificativă” posibile.

Modelînd “situația de comunicare semiotică” sub forma grafului semiotic, am definit implicit limitele domeniului semiotic, pe de o parte, metodologia (autoreferențială) prin care acest domeniu poate fi studiat eficient, pe de altă parte.

I.3. Semiotica, știință generală a semnelor

Relevarea rolului pe care semnul îl are în (re)construcția permanentă a lumii interioare și exterioare ființei umane ne permite să definim semiotica (sau mai degrabă “conștiința semiotică”, cum o numește John Deely) drept o “conștientizare explicită a rolului semnului, așa cum este jucat acest rol într-un anumit context” [Deely, 1997: 82]: *contextul comunicării*.

I.3.1. Semiotică sau/și semiologie: o dispută încă actuală

Multiplele încercări de definire a semioticii au generat o dispută terminologică, nici astăzi în întregime stinsă: disputa “semiotică sau/și semiologie ?” Această dispută

trebuie nemijlocit legate de contribuțiile lui Charles Sanders Peirce, care a ancorat termenul de “semiotică” din în orizontul preponderent al filosofiei și al logicii, respectiv de contribuțiile lui Ferdinand de Saussure, care a utilizat termenul de semiologie pentru a caracteriza acțiunea semnelor în orizontul lingvisticii. Ambele perspective se reflectă în definițiile de dicționar asociate științei generale a semnelor, care pot fi grupate în:

- a) **definiții univoce**, care iau în seamă o singură alternativă denominativă: semeiologie sau semiologie, studiu al dezvoltării și rolului semnelor culturale în viața grupurilor umane; teorie generală a semnelor [Didier, 1996: 305];
- b) **definiții distinctive**, care fac deosebirea dintre cele două accepțiuni prin raportare la conținutul lor:
 - *semiologie*, “știința care cercetează viața semnelor în sînul vieții sociale; *semiotică*: teoria generală a semnelor și a tipologiei lor, în natură și la ființele vii; teorie a semnelor, a sensului și a circulației lor în societate” [Ray-Debove, 1996: 176];
 - *semiologie*, “știință care studiază semnele întrebuințate în cadrul vieții sociale; *semiotică*: ramură a logicii simbolice care se ocupă cu studiul general al semnelor” [Coteanu ș.a., 1975: 849];
 - *semiologie*, “știință care tratează semnele bolilor; *semiotică*, disciplină care studiază semnul în general, integrînd rezultatele investigațiilor ce abordează utilizarea unor sisteme particulare de semne (logică, lingvistică, antropologie culturală, psihanaliză, estetică etc.)” [Gorgos, 1992: 197, 216];
- c) **definiții asimilatoare**, subliniind faptul că între cele două denumiri (*semiotică*/semiologie) nu există deosebiri esențiale:
 - *semiotică*, “teoria semnelor, se mai numește și «semiologie»; tradițional, cuprinde trei părți: sintaxa, studiul gramaticii; semantica, studiul semnificației; pragmatica, studiul scopurilor și efectelor reale ale rostirilor cu sens; studiul tuturor sistemelor de comunicare structurate” [Flew, 1996: 307];
 - *semiologie (semiotică)*, “parte a logicii simbolice care se ocupă cu studiul general al semnelor și al comunicării prin intermediul acestora; *semiotică (semiologie)*, orientare larg răspîndită în gîndirea teoretică contemporană, care studiază fenomenele și în special faptele de cultură ca sisteme de semnificare și procese de comunicare” [Marcu, Maneca, 1978: 977];
 - *semiologie, semiotică*: “Cele două denumiri prin care se desemnează studiul sistemelor de semne trimit la o realitate istorică: americanul Charles Sanders Peirce (1939-1914) și elvețianul Ferdinand de Saussure (1857-1913) au conceput, în totală ignoranță unul față de celălalt, și

aproape în același timp, posibilitatea unei științe a semnelor, primul împrumutînd termenul de «semiotică» (*semiotics*) de la Locke, care opune prin acest termen logica fizicii și moralei, al doilea reluînd termenul de «semiologie», care desemnează din secolul al XVIII-lea partea medicinei consacrată studiului simptomelor bolilor” [cf. Veck, în: Champy, Étévé, 1994: 913];

- *semiotică* (sau semiologie, după F. de Saussure): “disciplină lingvistică și filosofică ce se ocupă de semne și sisteme de semne, lingvistice și extralingvistice. După L. Prieto (1968) semiologia este știința ce studiază principiile generale prin care se regizează funcționarea sistemelor de semne sau de coduri și se stabilește tipologia lor” [Popescu-Neveanu, 1978: 646].

Desigur că, pe lângă acest gen de definiții în care se stabilește implicit sau explicit o anumită relație între semiotică și semiologie, putem găsi în lucrările de specialitate **accepțiuni analitice** ale semioticii/semiologiei. Astfel, dicționarele de filosofie și logică prezintă alternativa generală și specială a semioticii în termeni precum:

- *semiotică* (gr. *semeiotike*, de la *semeion* “semn”): în sens larg, direcție de cercetare multidisciplinară, care își propune [Chețan, Sommer, 1978: 626]:

- să integreze tot ceea ce, în disciplinele existente (de la logică, lingvistică, folcloristică, antropologie, muzicologie, psihanaliză etc. la fizică, chimie, medicină, matematică) vizează *semnul*;
- să semnaleze tot ceea ce, în urma acestei integrări, rămîne nespus despre semn;
- să elaboreze cadrele în care aceste lacune să poată fi completate.

- *semiotică logică*: “parte a metalogicii în care este studiat limbajul sistemelor logice... Semiotica studiază vocabularul (semnele de bază), clase de expresii, sisteme lingvistice (ca întreg), relațiile dintre diferite sisteme de limbaj logic... În sens mai general, semiotica logică studiază condițiile oricărui limbaj al sistemelor logice pure sau aplicate..., pe scurt ea studiază limbajul oricărei *construcții logice*” [Enescu, 1985: 326].

Pe de altă parte, dicționarele de lingvistică prezintă știința semnelor în calitate de: semiologie lingvistică, semiologie structurală, glossematică etc.

Din cele mai sus prezentate putem constata că – în funcție de particularitățile lor (dicționare generale sau speciale, elaborate de specialiști dintr-un domeniu sau altul, dintr-o țară sau alta etc.) – dicționarele ipostaziază cu precădere anumite caracteristici ale științei semnelor. Sinteza acestor caracteristici oferă receptorului comun o primă imagine a ceea ce conceptul de semiotică ar putea să însemne. Pentru spiritul analitic, cercetător specializat al domeniului, cîteva aspecte nuanțate se impun însă cu necesitate luate în seamă.

Concluzionând asupra celor de mai sus, vom observa că:

- în dicționarele generale sau de altă specialitate decât aceea logicii sau lingvisticii, distincția dintre semiotică și semiologie se găsește implicit formulată, sub forma definițiilor *univoce, distinctive, asimilatoare*;

- aceste distincții se regăsesc și în diferitele dispute teoretice, explicit dezvoltate pe această temă;

- rădăcinile semioticii / semiologiei în filosofie și logică, pe de o parte, în lingvistică, pe de altă parte, face ca ele să fie prezentate sub numele specific orizontului genetic atât în dicționarele de profil, cât și în cercetările de specialitate, în termenii unei “dialectici recesive”, în care cele două componente se presupun, dar accentul este pus cu precădere pe unul sau pe altul dintre termeni.

În ceea ce ne privește, considerăm că:

a) *Din punct de vedere metodologic*, între semiotică și semiologie ar putea fi consemnată existența unor deosebiri de principiu numai dacă ele ar opera în exclusivitate cu metodele specifice analizei logico-filosofice, respectiv celei lingvistice. În realitate, însă, acest lucru nu se întâmplă întocmai, deoarece mecanismele de generare și utilizare a semnelor sînt cercetate cu instrumente care aparțin deopotrivă filosofiei și lingvisticii: analiza structurală, construită pe filiera lui Saussure, analiza triadică (sintactică, semantică, pragmatică), maturizată pe filiera Peirce-Morris, cărora li se adaugă – ca un prim punct de întâlnire – analiza situațională (a situației de comunicare semiotică, dezvoltată pe linia modernă lui Jakobson-Prieto). O atare concluzie se desprinde, de exemplu, din cercetările lui A. J. Greimas, pentru care orice structură literară este integrată într-un sistem de semne, ceea ce face ca abordarea unei “semiotici poetice” [1972] cu metodele semioticii generale să fie cât se poate de firească. Implicit, se recunoaște faptul că “semiotica este astăzi cadrul general epistemologic și metodologic al exegezei literare” [cf. Carpov, 1975: 11].

b) *Din punctul de vedere al domeniului abordat*, însă, termenul de “semiotică” – așa cum a fost el asumat de cea mai mare parte a specialiștilor – este mai cuprinzător, raportîndu-se la lumea semnelor în ansamblul ei (inclusiv a semnalelor în calitate de semne virtuale), cîtă vreme termenul de “semiologie” se asociază doar lumii limbajului uman (nonverbal și mai ales verbal), cel mai nuanțat și mai cuprinzător, ce-i drept, dintre sistemele de semne ale lumii. Regăsim, în acest context punctul de vedere tranșant al lui John Deely: “*Semiotica formează un întreg, în care semiologia este doar o parte*” [1997: 6]. Atîta vreme însă cît partea este ființial conținută în întreg, cît limbajul este sistemul de semne prin care lumea însăși ni se relevă, înseamnă că distincția foarte tranșantă între cele două accepțiuni poate să pară nepotrivită. Căci, așa cum observă din nou Greimas, “ceea ce deosebește semioticile cosmologice de semioticile antropologice nu este – cum se crede în general – faptul că primele sînt universale, iar cele din urmă particulare: atît unele cît și celelalte vizează ‘cognoscibiliul’ în totalitatea sa. Deosebirea constă în mediația socială care, transformînd semioticile

particulare în tot atâtea obiecte științifice ce pot fi comparate între ele, intercalează o semiotică tipologică între particular și universal” [1975: 46].

În concluzie, faptul că omul este în egală măsură o ființă cosmică (macro- și microfizică) și una bio-psiho-socială a generat disputa cu multiple conotații: semiotică sau semiologie ? O dată mai mult, adevărul pare a se plasa sub semnul logicii lui “și/și”: *semiotică* pentru desemnarea secvenței cosmice a lumii, căreia în bună măsură omul îi aparține, *semiologie* pentru a desemna secvența manifestării prin limbaj a omului. Logic vorbind, din punctul de vedere al domeniului de definiție, cât și al metodologiei utilizate, raportul celor doi termeni descrie o relație de interferență, în care este extrem de greu să spunem unde s-ar sfârși domeniul semioticii și unde ar începe acela al semiologiei, respectiv care și cât de amplu este teritoriul lor comun. Raportul gen-specie care ar caracteriza relația dintre semiotică și semiologie este doar parțial valabil. Nu putem însă să nu constatăm că, prin aceste departajări de factură metodologică, cultivăm de fapt orgoliul unora sau altora de a se considera drept fondatori ai unei științe bicefale, care, în pofida acestei particularități, este și trebuie să rămână unică. Faptul că în definirea ei se începe de la universul naturii purtătoare de semne virtuale (perspectivă filosofică) sau de la acela al omului capabil să le semnifice (perspectivă lingvistică, dar nu mai puțin filosofică) este o chestiune scolastică ce trebuie de acum depășită.

Pentru a încheia considerațiile privitoare la această problemă, putem conveni ca în limitele lucrării de față să folosim termenul generic de “semiotică” (termen propriu analizei logico-filosofice pe care o propune perspectiva noastră analitică), lăsând în același timp deschisă posibilitatea de a utiliza și termenul de “semiologie”, în calitatea lui specială de “semiotică a limbajului” (situație pe care, așa cum am menționat de altfel, urmează a fi nuanțată într-o lucrare de sine stătătoare). Prin această convenție recunoaștem, astfel, o *echivalență specială a celor doi termeni*, așa cum și carta constitutivă a Asociației Internaționale de Studii Semiotice (1969) prevede. Altfel spus, ne asociem totodată unui înțelept punct de vedere al lui Umberto Eco, formulat chiar în introducerea *Tratatului ... său*, în care *termenul de semiotică este adoptat într-o relație de anume echivalență cu cel de semiologie*: “Sîntem de acord că obiectele teoretice sau supozițiile ideologice pe care acești autori³ au încercat să le denumească printr-o distincție între cei doi termeni trebuie identificate și studiate; dar considerăm periculos să mizăm pe o distincție terminologică ce nu păstrează același sens la diferiții autori care o utilizează. Neîndrăznind să etichetăm așa cum s-ar cuveni fiecare accepție a termenului în chestiune, vom căuta mereu alte artificii lingvistice pentru a da seamă de aceste diferențe” [1982: 13].

³ Eco se referă în acest context la unele dintre tentativele prestigioase de a conferi termenilor de semiotică și semiologie accepțiuni semantice diferite: Hjelmslev [1943], Metz [1966], Greimas [1970], Rossi-Landi [1973].

Încercarea de a evidenția principalele controverse cu privire la statutul actual al semioticii constituie oferă cercetătorului interesat un punct de pornire pentru definirea unor noi deschideri ale semioticii. Astfel, potrivit unei “logici dinamice a contradicțiilor” – dezvoltată de Ștefan Lupașcu [1983] pe întreg parcursul operei sale – am putea spune că semiotica este *teoria și metoda generală (organonul) care studiază analitic și holistic originile și natura “competenței simbolice”, capacitatea omului de a genera funcții-semn și de a opera cu ele în procesele de comunicare, o disciplină care cercetează geneza diferitelor tipuri de semioză (de utilizare a semnelor în procesele de semnificare comunicativă), o știință care are ca domeniu de interes semnele și sistemele semnificante din natură, gândire și societate, un metalimbaj care explică prezența și devenirea diferitelor categorii de limbaje-obiect, de la cele lingvistice la cele fizice, un mod de a privi lumea prin intermediul permanentei segmentări a universului natural și uman în sisteme semnificante ce se reflectă unele în altele în cadrul unor nesfârșite situații semiotice etc.*

I.3.2. Virtuți și limite ale discursului semiotic

Fiecare dintre problemele pe care filosofia le-a ridicat interogativ, pe care prezenta lucrare le ia în seamă, a beneficiat de prezența implicită sau explicită a semioticii, înțeleasă deopotrivă ca *teorie și metodologie integratoare*. Faptul că semiotica s-a regăsit prezentă în toate tipurile de discurs (de comunicare) cu care omul a operat istoric, începînd de la cel al comunicării banale pînă la cel al comunicării științifice, de la cel al demersului didactic în genere pînă la cel specific dialogului filosofic etc., nu a fost deloc întîmplător. Aceasta pentru că semiotica se caracterizează deopotrivă printr-o serie de virtuți și de slăbiciuni, care o proiectează tot mai mult în centrul dezbaterilor intelectuale ale comunității științifice sau / și filosofice. Să le consemnăm succint în cele ce urmează.

I.3.2.1. Funcții esențiale ale actului semnificator

Virtuțile pe care o atentă și nepărtinitoare cercetare a discursului semiotic asupra lumii (semnelor) le poate evidenția rezultă atît din importanța cu totul aparte a problematicei abordate, cît și din funcțiile speciale pe care semiotica le asumă în încercarea sa teoretică sau / și aplicative de a explica lumea cosmică și pe cea umană.

(1) Funcția de reprezentare semantică

Calitatea de *homo significans* a ființei umane este definitorie pentru atribuirea statutului de *sapiens, faber, loquens* etc. Altfel spus, nu am putea vorbi de înțelepciunea omului, de competența sa creatoare sau de virtuțile sale analitice în afara *capacității*

sale de a semnifica – de a reprezenta cu sens, de a denumi și defini – secvențele esențiale ale lumii exterioare și interioare lui. Sau, mai nuanțat, nu am putea vorbi decât în accepțiuni particulare de “gîndire fără de limbaj” [Stănciulescu, 1996: 34-38], *funcția simbolică sau semiotică* (respectiv capacitatea de a reprezenta ceva cu sens) fiind indispensabilă diferențierii “materiei consumabile” (hrană, adăpost etc.), de “materia comunicabilă” (unelte, gesturi, sunete, figuri, cuvinte). “Omul – notează H. Wald – este prima ființă care nu se mai mulțumește cu «asimilarea» naturii și începe «schimbarea» ei. Animalele nu pot transforma în «obiecte» centrele de rezistență de care se izbesc impulsurile lor. Pentru ele nu există nici o diferență între «obiect» și «subiect», deoarece, lipsite de limbaj, nu pot distinge spațiul de timp. Pentru orice animal, un lucru care a suferit modificări este un *alt* lucru. Animalele sînt în stare de oculuri spațiale, dar nu și de răbdare temporală. Inteligența lor nu le permite să se retragă în timp și să descopere ceea ce este constant în variabilitatea unui lucru” [1970: 7]. Animalul acționează prin încercare și eroare, epuizînd variantele de acțiune – pînă la soluționarea problemei – printr-un efort pe care constituția fizică îl îngăduie aproape întotdeauna. Prin opoziție cu aceste limite (dar și posibilități) pe care animalul le are, putem înțelege care sînt virtuțile dobîndite de om, ființă ridicată – prin cine știe ce miracol – deasupra animalității, în momentul în care și-a dobîndit capacitatea semnificării (lumii). În acel moment s-a instaurat cu adevărat puterea informației spirituale (ca formă de manifestare a negentropiei) asupra substanței fizice (supusă entropiei naturale).

Concluzionînd, putem spune că apariția semnelor – ca dualitate paradoxală a unui semnificant / substrat fizic cu un semnificat / conținut informațional – constituie momentul de inflexiune al trecerii de la animal la om. Cum s-a petrecut acest “declic” – printr-un proces de evoluție internă (care pare-se că nu se mai poate relua / continua, ori printr-o intervenție venită de aiurea) – nu este momentul să analizăm acum. Cert este că acest “dar” pe care natura terestră sau cosmică, ori poate Dumnezeu însuși i l-a făcut unei ființe încă incapabile de (auto)cunoaștere conștientă, echivalează cu “botezul” ei în calitate de *ființă umană*. Iată de ce, putem considera că nu greșim atunci cînd *identificăm momentul apariției conștiinței cu acela al apariției și controlului funcției semiotice (simbolice)*. Formulînd o atare identitate, definim de fapt însăși esența discursului semiotic: *posibilitatea ființei umane de a genera de “situații de comunicare semiotice”* (semioze). Căci, așa cum subliniază John Deely, “întreaga noastră experiență, de la originile sale senzoriale cele mai simple, pînă la cele mai rafinate realizări în domeniul înțelegerii, este o rețea de relații între semne”, “o structură interpretativă mediată de semne și bazată pe acestea” [1997: 5]. Altfel spus, în clipa în care a fost capabil să genereze semne, omul le-a și utilizat într-o situație de comunicare, implicită sau explicită.

Ca un corolar al competențelor pentru care funcția semiotică dă seama putem menționa acum capacitatea omului de *a acționa cu sens*, adică rațional, respectiv *de a acționa eficient*, orientîndu-și praxiologic actele în scopul “lucrului bine făcut”.

Conchizînd că între munca intelectuală și cea fizică nu există ruptură absolută, una presupunînd-o pe cealaltă, Tadeusz Kotarbinski notează: “Și într-un caz și în celălalt se recomandă, printre altele, *să se plănuiască dinainte fazele acțiunii*, și într-un caz și în celălalt este bine *să se realizeze dintr-o mișcare* ceea ce cineva mai puțin priceput în lucrarea respectivă realizează într-un număr mai mare de impulsuri” (s.n., TDS) [1976: 22]. Or, nici “plănuirea” cu anticipație, nici “controlul” eficient al acțiunilor nu este posibil în absența semnelor:

- planul intelectual este un (macro)semn mental al acțiunii;
- abilitatea fizică este consecința unor acumulări informaționale (teoretice) și aplicative anterioare, care nu se putea formula, transmite și conserva în absența unui complex de semne.

În consecință, putem afirma că *performanța umană – în toate formele sale – este o rezultantă a competenței umane de a genera și opera eficient cu semne*, respectiv de a opera semiotic (în limitele unei situații semiotice). Căci, în mod necondiționat *orice semioză se soldează cu o anume finalitate* (care devine “referent” – punct de pornire – pentru o nouă semioză ș.a.m.d., constituindu-se în ceea ce Peirce numea “semioză nesfîrșită”) [1990].

Să concretizăm această cardinală concluzie, în cele ce urmează, prin alte cîteva funcții de referință.

(2) Funcția de semnificare culturală a naturii

Învățînd să traducă obiectele lumii în semne, omul a reușit să acorde o *semnificație culturală naturii*. Această performanță a fost posibilă grație celui mai general sistem de semne: *limbajul*. Nimic nu se poate omenește face în afara limbajului, fie el interior – limbaj implicit pe care omul îl ignoră adesea –, fie el explicit, exteriorizat în cuvinte articulate (limbaj verbal), în gesturi, reprezentări plastice sau muzicale (limbaj nonverbal).

Să ne gîndim la avatarurile unei istorii frustrate de cuvînt: Babilonul ar fi fost lipsit de măreția turnului ce i-a făcut faima, “miracolul grec” nu ar mai fi aplecat a uimire fruntea urmașilor, lumea ar fi fost poate nimicită de o a treia conflagrație mondială. Din aceste motive ar trebui poate să acordăm credit *dimensiunii creatoare a cuvîntului*, care impunea magilor de odinioară să păstreze tănuite numele încărcate de putere ale zeilor și de a nu le rosti decît în șoaptă, o singură dată pe an. Dacă atunci *puterea cuvîntului* de a recrea lumea prin reiterarea simbolică a scenariului cosmogonic putea fi considerată o expresie a gîndirii magice, astăzi ea trebuie înțeleasă ca un rod al gîndirii raționale, în măsură să modeleze conștient noi forme ale existenței prin valorificarea valențelor creative ale limbajului. Altfel spus, fără de *cuvînt* omul nu ar fi devenit niciodată ceea ce este, nu și-ar fi apropiat niciodată semenul în planul *voinței*, al

sensibilității și al rațiunii. Capabil de asemenea performanțe, spiritul euristic modern se întoarce asupra lui însuși, pentru a răspunde – în termenii discursului semiotic – la tot atâtea întrebări ale filosofiei, cum ar fi: De unde rezultă multiplele forme ale “puterii cuvântului”? Pe ce “fundamente euristice” își întemeiază limbajul sursele multiplelor sale performanțe? Care este misterul sinergiei “limbajelor creatoare” și cum se explică feed-back-ul dintre mijloacele cu care omul se exprimă creator, spiritul și corpul? Ce temeuri stau la baza transformării eficiente a competenței în performanță și care sînt strategiile euristice menite a stimula o atare eficiență?

(3) *Funcția semnificării creatoare*

Întrebările cu conotații filosofice mai sus formulate – desprinse parcă din celebra aserțiune a lui Wittgenstein: “Limitele limbajului meu semnifică limitele lumii mele.” [1991: 102] – vizează prin excelență o dimensiune a limbajului (verbal) pe care doar semiotica o poate explicit nuanța: aceea a *creativității limbajului* în calitate de sistem de semne. Ne raportăm, în acest context, cu predilecție la limbajul verbal, gîndindu-ne la rolul decisiv pe care îl îndeplinește acesta în cadrul procesului de semnificare a lumii:

– pe de o parte, prin virtuțile sale el este responsabil pentru desfășurarea multiplelor forme ale discursului literar-artistic, filosofic sau științific;

– pe de altă parte, este în măsură să traducă în termenii săi – prin “plurimedialitate” [Wienold, cf. Plett, 1984] – orice alt tip de exprimare creativă.

Sintetic, dimensiunea creatoare a limbajului (verbal) se regăsește în următoarele ipostaze [Stănciulescu, 1996: 6-12]:

- asigură trecerea de la imagine la imaginar, de la natură la semnificarea ei, de la biologic la psihic, de la conștiința reprezentării la conștiința (re)semnificării;
- răspunde nevoii de a da nume lucrurilor (lumii);
- satisface nevoia socială a comunicării lingvistice, a stocării și transmiterii valorilor spirituale (culturale) realizate de omenire de-a lungul timpului;
- permite omului ca, prin forța cunoscătoare a limbajului, în calitate de instrument esențial al culturii, să se opună tendințelor entropice (de dezorganizare și uniformizare) ale naturii, contribuind la transformarea “creatoare” a acesteia (nu întotdeauna benefică, trebuie să recunoaștem) și a lui însuși.

(4) *Funcția cognitiv-comunicativă*

Descoperirea relativ rapidă de către om a faptului că *lumea poate fi (trebuie) asumată în termenii semnelor sale*, printr-o lectură (decodificare, interpretare) adecvată, a făcut ca actul semiotic (la intersecție cu cel hermeneutic) să se constituie în “disciplină” de sine stătătoare încă din *illo tempore*. Demnitatea sa de a permite cunoașterea indirectă a lumii, prin intermediul semnelor, a ridicat-o implicit la rang de

“*cunoaștere sacră*”: citirea destinului în astre sau a viitorului în măruntaiele animalului vînat, de pildă, nu reprezentau altceva decît încercări timide ale omului (de factură semiotică, în ultimă instanță) de a controla neprevăzutul, invizibilul, transcendentul.

Această virtute a semioticii de asumare a unor realități adesea imposibil de abordat direct a făcut ca, sub diferite nume, ea să reprezinte un apanaj al “celor aleși”. Pe de o parte, pentru teologul erudit sau pentru credinciosul de rînd, cunoașterea lui Dumnezeu însuși nu poate fi realizată decît într-o manieră “semiotică”: aceea a cunoașterii semnelor pe care divinitatea ni le comunică.

Pe de o parte, aceste modalități de asumare a adevărilor lumii se identifică cu o obsedată nevoie a omului istoric de a cunoaște esența pornind de la fenomenal, sau, în termenii gramaticii chomskyene [Chomsky, 1965], de a trece de la “structurile de suprafață” ale “limbajului (natural al) lumii” – prin care lumea se descrie sau/și este descrisă – la “structurile de profunzime” pe care legi adesea ignorate ale acestui limbaj le conservă. Pe de altă parte, nici o cunoaștere nu se constituie ca un scop în sine, ci ca o finalitate procesuală susceptibilă de comunicare.

(5) *Funcția unificatoare*

Considerațiile de mai sus sugerează o altă valență a semioticii și anume: aceea de a îngădui *apropierea diferitelor tipuri de discurs* prin care omul a încercat să își asume realitățile lumii (magic, mitico-ritualic, religios, filosofic, științific, artistic etc.). Căci, unul dintre paradoxurile cunoașterii umane este acela de a se fi raportat uneia și aceleiași realități cu instrumentele (mijloacele) cognitive ale unor discipline relativ distincte. O atare abordare este de la bun început supusă parțialității explicative. În consecință, o intersectare a limbajelor prin care lumea a fost descrisă de-a lungul timpului, într-o multitudine de ipostaze, respectiv o evidențiere a zonelor de intersecție și diferențiere dintre acestea, se impune cu necesitate în momentul de față. Semioticii, situată de data aceasta într-o intimă complementaritate cu hermeneutica, îi revine demnitatea de participa la *construirea unei noi imagini despre lume*, imagine – cu un esențial pas apropiată de realitate – pe care omul mileniului trei va trebui să și-o asume. Tocmai o atare demnitate asociază semioticii alte cîteva esențiale atribute:

- calitatea de a fi deopotrivă *studiu al semnelor și al proceselor interpretative* [Ducrot, Schaeffer, 1996: 140];
- posibilitatea de a *opera în orizontul cunoașterii interdisciplinare*, fiind un spațiu de întîlnire pentru diversele puncte de vedere cu privire la semnele lumii;
- deschiderea către *analiza transdisciplină*, prin recuperarea unor paradigme comune mai multor tipuri de discurs, respectiv prin recuperarea sensurilor lor profunde.

Virtutea de a sugera sau de a construi paradigme unificatoare (cum ar fi, de pildă, aceea a *informației-energiei*, respectiv a *luminii*, în calitate “semn potențial” deopotrivă purtător de energie și informație), permite semioticii să se implice mediator

în dispute clasice, încă nesoluționate, cum ar fi aceea dintre materialism și spiritualism, realism și idealism [Stănciulescu, 1997]. Calitatea semnului de a avea o componentă materială (semnificantul) și una spirituală (semnificatul), coroborată cu premisa că toate fenomenele lumii reprezintă concretizări ale cuplajului dintre substanță și energie, informație și câmp, reprezintă premisa unei astfel de medieri.

Formularea la intersecția dintre disciplinele particulare a unor atare paradigme, pe de o parte, interpretarea lor în consens cu nevoile actuale ale cunoașterii, pe de altă parte, a asociat semioticii, pe lângă atributul de a fi *teorie a semnelor*, și pe acela de a fi *metodă* (organon) de lectură unitară a semnelor specifice diferitelor categorii de limbaje. Două perspective își definesc, în acest context, complementaritatea [Szepe, Voigt, 1985: 143-144]:

- *perspectiva centripetă*, definită de aspirația unificatoare a semioticii, în calitatea sa teoretică, cu precădere;
- *perspectiva centrifugă*, desprinsă din relativ recenta angajare a metodologiei semiotice în cercetarea (redefinirea) unor domenii de ramură, avînd drept consecință constituirea unor “semiotici speciale”, cum ar zoosemiotica, fitosemiotica, fiziosemiotica, antroposemiotica etc.

Cele două perspective (centripetă-centrifugă) sînt întru totul complementare, regăsind dualitatea teoretic-aplicativ. Ele argumentează, în spațiul gândirii moderne, o viziune pansemiotică conturată în urmă cu peste un secol de Ch. Peirce, viziune care abia acum începe să-și dobîndească pe deplin relevanța științifică: “N-am putut niciodată – nota Peirce – să studiez ceva, orice ar fi fost acel ceva – matematică, morală, metafizică, gravitație, termodinamică, optică, chimie, anatomie comparată, astronomie, psihologie, fonetică, economie, istoria științelor, whist, relația bărbat-femeie, vinuri, metrologie – altfel decît ca un studiu de semiotică” [1990: 56]. Recuperarea și justificarea unei atare perspective îndreptățește tot mai mult convingerea lui John Deely că – printre științele umane și, am putea adăuga, printre cele ale naturii, semiotica definește o prezență unică, fiind “un studiu ce se preocupă de *matricea tuturor științelor* și scoate în evidență *locul central al istoriei* (lumii, n.n. / s.n., TDS) pentru procesul înțelegerii în totalitatea sa” [Deely, 1997: 63].

(6) Funcția instrumental-metodologică

Este momentul să consemnăm explicit că – deși nu recunosc acest lucru – *reprezentanții tuturor tipurilor de discurs cognitive asupra lumii operează, de fapt, cu instrumentele semioticii*. Teologul utilizează semnele revelației divine pentru a-și acredita concepția religioasă, credinciosul își întemeiază convingerile pe trăirea experiențială a manifestărilor lui Dumnezeu (vezi iubirea ca semn al divinității, de pildă), cosmologul, fizicianul și chimistul cercetează prin lectură semiotică “mesaje” naturii pentru a-i desprinde conținuturile (cauzele-legi), respectiv utilizează tehnici

cantitative pentru relevarea unor relații calitative, geneticianul studiază informațiile ADN-ului în calitate de semne ale unei îndelungate istorii a speciei umane, biologul disecă țesuturile organismului biologic pentru a-i explica funcționalitatea, medicul alopatic cercetează simptomele exterioare, sesizabile, ale bolii pentru a-i găsi cauza generatoare, specialistul în gramatici generative decodifică structurile lingvistice de profunzime prin cercetarea celor de suprafață, psihologul folosește rezultatele testele proiective drept semne ale personalității umane, psihanalistul cercetează visele simbolice sau actele irelevante ale subiectului uman pentru a pătrunde în inconștientul său, psiho-sociologul utilizează interviul, chestionarul sau istoria vieții pentru stabilirea gradului de inserție socială a unui individ, sociologul urmărește diferitele categorii de indicatori pentru a releva o tendință sau alta de evoluție socială, arheologul studiază relicvele istorice pentru a spune ceva despre nivelul de maturizare a unei civilizații oarecare, etnologul și hermeneutul interpretează simbolistica mitului pentru a înțelege începuturile culturale ale umanității, filosoful abordează cu mijloace logico-deductive fenomenele fizice ale lumii pentru a intui esențele sale metafizice etc.

De ce nu este (re)cunoscută prezența unificatoare a semioticii în derularea tuturor acestor tipuri de discurs? Poate pentru că – nedeclamându-și excesiv virtuțile – semiotica este relativ necunoscută reprezentanților altor discipline. Sau, poate pentru că aceștia și-ar putea simți periclitat domeniul de prezență “imperialismului semiotic”. Ori, poate pentru că insuficienta maturizare a semioticii însăși nu a pus la îndemână virtualilor beneficiari exact instrumentul de care aceștia ar putea să se folosească cu o maximă eficiență. În sfârșit, poate pentru că – fiind pretutindeni prezentă în planul cunoașterii umane – semiotica este considerată ca o realitate implicită, care nu mai trebuie menționată ca o virtute explicită a cunoașterii umane. Sau, cine știe?

Desprindem din considerațiile de mai sus existența celei mai importante, poate, virtuți teoretico-aplicative a semioticii: aceea de a oferi un *cadru metodologic util* (organon) pentru toate categoriile de științe umane și ale naturii, un *cadru de unificare a metodologiei structurale cu cea istorică, a cercetării sincronice cu cea diacronică*.

Acest fapt se realizează prin desfășurarea – în limitele unor tipuri de discurs particulare – a principalelor *posibilități metodologice oferite de exegeza semiotică*, și anume:

a) Cercetarea procesului de naștere a sistemelor de semne (simboluri) și concretizarea lor istorică la nivelul diferitelor tipuri de text / discurs angajează ***perspectiva structurală*** a relațiilor dintre semnificant și semnificat, formă și conținut, expresie și sens, structura de suprafață și cea de profunzime etc., pe de o parte, dintre competență și performanță, pe de altă parte. Urmărită istoric, însă, o atare perspectivă relevă metamorfoze care adesea modifică accentul de la o extremă în alta (de la “puterea semnificantului”, a motivării “naturale”, prin consubstanțialitatea semnului-

cuvînt, la “puterea semnificatului”, a comunicării prioritar semantice, precum în situația arbitrarității semnelor, a convenționalității limbajului, de exemplu). Desigur că în spațiul metodologiei (semioticii) structurale se regăsesc – așa cum mai sus am menționat deja – tehnici și procedee specifice fiecărui tip de text/discurs luat în atenție.

b) Tuturor acestor metodologii de factură structurală li se adaugă (li se poate asocia în mod adecvat) **analiza preponderent funcțională** a relațiilor intersemnne, analiză îngăduită de privilegiile *analizei triadice*:

- *sintactică*, urmărind definirea tuturor categoriilor angajate în construcția diferitelor tipuri de discurs (mitic, religios, filosofic, științific etc.), a relațiilor instituite între componentelor structurii lor profunde sau de suprafață, definirea regulilor de formare-generare, de transformare sau deducție, a ansamblului de termeni primitivi, a simbolurilor “tehnice” de tip gestual, plastic etc.;
- *semantică*, permițînd interpretarea dimensiunilor sintactice, a relațiilor de echivalență, a implicațiilor dintre formule etc., respectiv “traducerea” dimensiunilor formale în structurile narrative ale textului/discursului, printr-o permanentă relaționare a semnelor cu referențialul lor;
- *pragmatică*, implicînd intențiile pe care interpretul (emitent sau receptor al textului / discurs) le are în legătură cu posibilitățile de utilizare a discursului receptat, cu sensurile “ideologice” asociate demersului semantic, vizînd relațiile unui anume text cu alte variante ale universului semic etc.

c) **Interpretarea preponderent “situațională”** a oricărui tip de discurs luat în atenție urmează a fi dezvoltată la intersecția dintre teoria comunicării și teoria informației. Astfel, orice tip de comunicare umană (tip de discurs istoric constituit) va putea fi cercetat ca *situație semiotică* (semioză), ca ansamblu multifactorial ce asigură elaborarea și comunicarea unei informații specifice, așa cum vom vedea într-un alt capitol al lucrării.

În încheierea acestui periplu pe linia “orizontului de putere” al semioticii, să recunoaștem explicit – de data aceasta – că răspunsul la întrebarea: “*De ce semiotica ?*” este implicit un răspuns la întrebarea: “*De ce este omul om?*” Astfel, utilizînd cuvintele lui Mircea Eliade, ar trebui să recunoaștem că: “Semnul este pecetea care distinge ființa de neființă – și te ajută în același timp să de *identifici* și tu, să *fii* tu însuși, nu să devii, purtat de fluviul vital și colectiv. Orice act de ascultare este un act de comandă, de «oprire pe loc» a fluviului amorf, subpersonal. Numai așa se explică miracolul grec; *oamenii care au văzut mai multe forme și semne decît toți ceilalți, oamenii care s-au*

oprit în fața lor, le-au respectat, le-au «normalizat» – tocmai acești oameni au dobândit cea mai deplină libertate ... [1993: 194].

Dacă acest răspuns satisface deplin pe adeptul încrezător în puterea benefică a semnelor, nu trebuie uitat faptul că, de pe poziția scepticului, se poate formula un argument cu valoare negativă, desprinsă pe una din următoarele două situații pe care în mod implit Mircea Eliade le descrie:

- *situația unei societăți lipsite de semne profunde și nuanțate:*

“Barbarii și semeții, care n-au întâlnit în drumul lor 'formele' și 'normele', care treceau cu ușurință din *esse* în *non-esse* și confundau eternitatea cu neantul – acești oameni au realizat o tristă libertate (orgiastică, delirantă) și n-au cunoscut niciodată personalitatea antropologică, ci numai 'inspirația', obsesia și posesiunea (divină, magică etc.)” [1993: 194];

- *situația unei societăți caracterizate prin “moartea” sau prin “limitarea excesivă” a sensurilor pe care semnele ar trebui să le aibe:*

“Cînd libertatea ajunge libertinaj și omul caută sensul unei forme (normă, instituție, simbol) în niveluri joase, subumane (marxismul, freudismul, pozitivismul etc.) – asistăm la o cumplită confuzie de planuri, care conduce, în cel mai bun caz, la un baroc spiritual. Sterilitatea unei bune părți din cultura occidentală contemporană se datorește tocmai acestei domnii prelungite a formelor (semnelor, n.n., TDS) moarte. Iar cînd s-a încercat o nouă «interpretare» a formelor, ea s-a făcut căutîndu-li-se 'originea' în niveluri subumane – în lupta de clasă, în sex, în sînge, în celulă, în totemuri etc.” [1993: 194-195].

Poate că fascinația pe care semnul-formă o generează asupra ființei umane rezultă tocmai din constatarea acestei duale puteri a lui de a se deschide către o dublă finalitate: deopotrivă constructivă și distructivă, ascendentă și descendentă. Să ne amintim că, pentru Esop, limba (organ-semnificant capabil să semnifice cele mai contradictorii sensuri) era în egală măsură și cea mai delicioasă, și cea mai dezagreabilă “hrană”. O “hrană spirituală” care – iubitorului de înțelepciune – îi poate satisface nevoi materiale elementare, cum sugerează versurile lui Nichita Stănescu [1978: 192, *Epica magna*, Junimea, Iași]: “Eu construiesc misterul nu îl admir / nu îl admir. / Fac cărămidă pentru zid de casă / cuvîntul care-l zic e pus pe masă / și de mîncare este ...”.

Poate tocmai această *coincidentia oppositorum* care caracterizează “puterea semnului” de a face sau desface a supus statutul semioticii însăși adesea dificil de aplanat.

1.3.2.2. Tensiunile unei discipline integratoare

Este în general acceptat faptul că, pentru a fi pertinentă, orice abordare a unei probleme anume ar trebui să consemneze deopotrivă atitudinile favorabile și nefavorabile punctului de vedere susținut (de un autor, spre exemplu). În consecință, va trebui

să constatăm că, în pofida celor mai sus spuse, din care pare a rezulta fără nici o dificultate că în momentul de față *semiotica joacă deja rolul de unei deschideri integratoare de referință* pentru cunoașterea umane, acest statut pe care este fie trecut sub tăcere, fie – ceea ce pare mai straniu – contestat adesea cu vehemență. De unde rezultă o atare paradoxală situație ? Ce îndreptățește pe contestatari să-și formuleze și susțină punctele de vedere ? Prin ce se caracterizează, în cele din urmă, statutul actual al semioticii ? – iată doar cîteva dintre întrebările la care vom încerca să răspundem în cele ce urmează.

Că semiotica are virtuți care pe mulți îi entuziasmează a rezultat – așa cum am menționat deja – din cele spuse în primul paragraf al dezbaterii noastre. Definirea prin “afirmație” – printr-un demers de tip “catafatic” – a semioticii poate fi dublată de o tentativă “apofatică”, menită să-i semnaleze eventualele sale slăbiciuni. Ne propunem, așadar, să semnalăm o serie de aspecte contradictorii care pot fi evidențiate în funcționalitatea demersului semiotic, teoretic sau aplicativ, pe de o parte, a modului în care aceste aspecte sînt asumate și explicate de diferitele categorii de beneficiari, pe de altă parte, pentru a le tranșa – *sine ira et studio*, în măsura posibilităților – printr-un punct de vedere mediator.

Principala cauză care alimentează (încă) disputele din preajma semioticii o constituie faptul că – în ciuda rădăcinilor sale istorice care se pierd *in illo tempore* – în calitate de teorie sistematică și generală a semnelor semiotica a început să se cristalizeze abia în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Acest proces continuă și în momentul de față, dovadă stînd controverse cum ar fi cele vizînd natura obiectului (domeniului) predilect al semioticii, calitatea sa de teorie și metodă, statutul de știință generală sau particulară, de autonomie sau dependență de alte discipline etc.

1. Disputele cu privire la statutul semioticii pot fi sugerate, într-o primă fază, prin consemnarea unor interogații de tipul: *De fapt, există semiotica? Iar dacă există, este ea un domeniu sau o disciplină, o teorie sau o metateorie, o știință sau o hiperștiință ? Este semiotica o metodă sau o atitudine?* Cîteva considerații pe seama acestor întrebări formulăm în cele ce urmează.

a) Aparent, punerea sub semnul întrebării a semioticii ar putea părea o glumă. În realitate, așa cum încearcă să justifice Feruccio Rossi-Landi, la o atare întrebare s-ar putea pur și simplu răspunde: “Nimeni nu poate ști!” [cf. Marcus, 1985: 173], cîtă vreme limitele dintre semiotică și filosofia limbajului nu au fost niciodată distinct trasate, cît timp nu se știe în ce măsură semiotica lui Peirce și metafizica lui sînt independente sau nu se poate decide exact dacă semiotica lui Morris este o știință psihobiologică sau un organon pentru celelalte științe etc.

Pornind de la premisa că reproducerea socială presupune o anumită angajare a sistemelor de semne, autorul citat relevă două posibilități opuse [cf. Marcus, 1985: 185]:

- atunci cînd spunem că sistemele de semne există *în cadrul* reproducerii sociale, rupem sistemele de semne *de restul* reproducerii sociale;

• atunci când reproducerea socială constă de fapt în reproducerea sistemelor de semne, instituindu-se o identitate între sistemele de semne și realitatea socială însăși.

În această ultimă situație ia naștere un *panlogism semiotic*, care ar echivala cu o “devorare a societății de către semn”. O soluție mediatore justifică faptul că – pe de o parte – fără de semne conținutul realității nu ar putea fi trăit ca social, și că – pe de altă parte – nu poți deveni conștient de realitate decât prin intermediul sistemelor de semne (non)verbale. În consecință, “*a-trăi-ca-social-prin-sistemele-de-semne*” pare a fi soluția cea mai firească în contextul semiozei.

b) Dacă semiotica este un *domeniu* de studiu (încă neunificat și poate neunificabil) sau o *disciplină* aparte, cu un obiect și metode proprii, Umberto Eco încearcă să stabilească [1982: 18-19]. Dacă semiotica ar fi doar un “câmp de cercetare” un “spațiu” sau un “univers” de manifestare specifică a semnelor [Carpov, 1987: 7,55], atunci diferitele ramuri sale aplicative ar trebui să îngăduie extragerea unui model cu valoare de teorie (disciplină) unitară. Dacă, dimpotrivă, semiotica ar fi doar o disciplină atunci modelul ei teoretic ar putea permite (deductiv, prin extrapolare) includerea sau excluderea unor domenii aplicative în orizontul ei conceptual.

Potrivit acestor considerații ale semioticianului italian putem deduce că *semiotica este deopotrivă o disciplină teoretică și un domeniu aplicativ*. De altminteri, această concluzie a formulat-o poate mai explicit decât alții Ch. Morris încă din primele sale scrieri, pentru care semiotica este “știință printre celelalte științe” și “instrument de investigare științifică” (organon metodologic) [1938: 2].

În pofida unei atare concluzii, există încă destui cercetători pentru care “domeniul și limitele semioticii nu sînt încă exact cunoscute” [Ivănescu, 1981: 85]. Desigur că acest punct de vedere poate fi justificat – așa cum deja am făcut – de faptul că fiind relativ tînă, semiotica distinge încă cu greu fenomenele care sînt de cele care nu sînt semiotice. De multe ori, însă, dificultatea realizării unor astfel de distincții nu aparține semioticii, ci acelor care încearcă să o cultive. O observație cum este aceea că “semiotica contemporană se constituie ca o știință care înglobează știința artelor, inclusiv literatura” [Ivănescu, 1981: 86] rezultă din confundarea teoriei semnelor cu metodologia specifică demersului semiotic. În calitate de teorie, în nici un caz semiotica nu înglobează “știința artelor”, chiar dacă se folosește de exemple preluate din acest domeniu. În schimb, în calitate de metodă ea poate să cerceteze specific universul creației artistice, de exemplu, constituindu-se ca o aplicație (ramură) semiotică de sine stătătoare. Acesta este mecanismul prin care în momentul de față asistăm la o *extensie a aplicațiilor semioticii la tot mai multe domenii particulare*, definind aplicații precum: zoosemiotica, fitosemiotica, antroposemiotica, semiotica limbajului, semiotica medicală, semiotica arhitecturii, semiotica artei etc.

În acest context devine posibilă o distincție de nuanță cu privire la modul în care *instrumentele cunoașterii interdisciplinare* se ancorează în universul de discurs al semioticii. Vom putea, astfel, deosebi două niveluri de interdisciplinaritate:

• *interioară* (interdisciplinaritate interoceptivă), presupunînd utilizarea cunoștințelor desprinse din diverse domenii (științe particulare cum ar fi fizica cuantică,

biofizica și biochimia, biologia și neurologia etc.), pentru a explica mecanisme specifice semiozei însăși (cum ar fi de exemplu explicarea proceselor de geneză ale semnului, verbal inclusiv);

- *exterioară* (interdisciplinaritate exteroceptivă), presupunând extensia modelelor de analiză semiotică la diferite modele de explicare a lumii (a unor secvențe de referință ale acesteia), așa cum se întâmplă în situația domeniilor de ramură mai sus menționate.

Între cele două tipuri de *interdisciplinaritate semiotică* există o relație de complementaritate, cea dintâi constituindu-se ca premisă pentru cea din urmă, respectiv pentru posibilitatea semioticii de a fi extrapolată la domenii complementare de cunoaștere. Această posibilitate de extrapolare a generat noi discuții.

2. Definirea obiectului de studiu al semioticii – geneza și funcționarea sistemelor de semne (semioza) în natură și societate – a determinat primele dispute teoretice legate de faptul că “semiotica este peste tot (potențial prezentă, n.n. TDS), fără ca aceasta să însemne că orice este semiotică” [Marcus, 1985: 7].

O atare afirmație este justificată principial de particularitatea semnului de a nu fi o *calitate* a obiectului în sine, ci o *funcție* pe care acesta poate să o dobândească atunci când stă în locul a altceva decât el este. Altfel spus, un lucru nu este niciodată semn prin el însuși, cu excepția cuvântului (*verbum*), care – așa cum observa încă Augustin – este deopotrivă “lucru” (*res*) și “(cuvânt) semnificat” (*dicibile*), care – prin intermediul exprimării (*dictio*) – se poate spune despre un alt lucru [1991: 55]. Iată de ce, semiotica este disciplina menită să activeze *funcțiile-(de)-semn* ale obiectelor lumii. Spre exemplu, raza de lumină radiată de steaua poate de mult stinsă este semn numai în măsura în care este receptată și interpretată ca sursă de informații privitoare la sursa generatoare. Zăpada, prin ea însăși, nu este semn decât atunci când este utilizată ca simbol al iernii, al purității sau al răcelii afective etc. Rezultă, așadar, că un obiect, fenomen sau proces al lumii nu este semn decât în manieră virtuală, potențială (adică poate deveni semn atunci când este utilizat în calitate de substitut). Potențialul său semiotic va fi atât mai mare cu cât:

- în mod direct, *obiectul este capabil să trimită la obiecte mai diferite decât el* [Marcus, 1985: 7], respectiv cu cât are mai multe semnificații laterale (potențial conotativ, semantic, simbolic); spre exemplu, în calitate de obiect de sine stătător, raza de lumină care perindă spațiul sideral este deopotrivă un semn al stelei genitoare, despre a cărei existență ne înștiințează, al veșniciei cosmice pe care potențial poate să o străbată la infinit, al destinului geniului “nemuritor și rece” sau al vieții de după moarte (“Căci toți se nasc spre a muri și mor spre a se naște”) etc.;

- în mod indirect, *obiectul este capabil să se racordeze la mai multe obiecte diferite de el*, care – în calitate de semn – să îl descrie (semnifice); aceeași rază, pe care am consemnat-o mai sus ca exemplu, poate să fie emisă și în consecință să-i fie semn Soarelui sau unei stele care “luci atunci și nu e”, să fie o rămasă remanentă a Exploziei Primare sau o emisie tardivă a unui geniu creator etc.

Această dublă ipostază a obiectului – de generator de semne și beneficiar al proceselor de semnificare – face ca lumea să fie încărcată de semnificații virtuale, să fie o lume semnificativă sau posibil de semnat. Pentru ca aceste posibilități să se manifeste în mod real, prezența unei instanțe conștiente, semnificatoare pare a fi absolut necesară. În afara unei atare conștiințe, care să acorde lucrurilor lumii sensul cuvenit, nu am putea vorbi de semnificație, și nici de semn deci.

Insuficienta nuanțare sau neînțelegerea corectă a acestei relații a dat naștere la două tipuri de atitudini aparent contradictorii cu privire la sfera de competență a semioticii:

- *atitudinea pansemiotistă*, asertînd existența pretutindeni în lume a semnelor, atitudine căreia i-am putea asocia două variante:

- *varianta spiritualistă*, afirmînd că cel mai mic fir de praf al lumii este un *semn real*, care reflectă și totodată face parte din proiectul creației divine, un semn încărcat de semnificațiile pe care de la bun început Spiritul Divin le-a plasat în el;

- *varianta fizicistă*, asertînd că toate obiectele și procesele lumii *pot deveni semne*, prin încărcarea lor cu semnificații potențiale de către o instanță mai mult sau mai puțin conștientă de acest act, mai mult sau mai puțin abstractă; punctul de vedere aristotelic – al “forme” (principiu activ) în măsură să dea sens unui “conținut” material (principiu pasiv) – se regăsește la specialiști ai timpului nostru, cum ar fi fizicianul David Bohm (care asertează ideea “universului holografic” și a “ordinii înfășurate” ce dă semnificații lumii prin “desfășurarea” ei) sau biologul Rupert Sheldrake (care propune ipoteza “cîmpurilor morfogenetice”, în măsură să dea “formă” semnificativă fiecărei realități a lumii);

- *atitudinea antropocentristă*, asertînd că semne nu pot fi decît acelea care poartă încărcătura semantică acordată de om, atitudine care, la rîndul ei, prezintă două variante:

- *varianta extinsă*, care consideră că toate modalitățile prin care omul s-a manifestat ca ființă culturală sînt sisteme de semne; acceptarea culturii ca sistem de semne verbale și/sau nonverbale (vezi poziția lui Iurii Lotman) corespunde acestui punct de vedere;

- *varianta restrînsă*, care acordă calitate de semne doar limbajului (verbal sau nonverbal) prin care se asigură funcția semnificativ-comunicativă; de referință este punctul de vedere al lui Roland Barthes, care exagerează la limită rolul limbajului (al lingvisticii, de fapt, definită ca sistem de semne verbale) [1967: 8], supraordonîndu-l tuturor celorlalte categorii de semne obiectuale, de care s-ar ocupa (doar) semiotica.

Desigur că între aceste atitudini opuse, care au plasat deja semiotica în centrul disputelor actuale, putem găsi și un punct de vedere mediator. Astfel, vom considera că – independent de orice “conștiință cosmică” semnificatoare (Divinitate Creatoare, Spirit Absolut, Mare Anonim, Ordine Înfășurată etc.), și, cu atît mai mult în condițiile existenței ei – *întreaga realitate a lumii este potențial semiotică, fiind oricînd susceptibilă de actualizare în calitate de semn*. Altfel spus, indiferent că este cunoscut

sau nu, prezent sau absent în raport cu o conștiință receptoare (umană), orice obiect al lumii este încărcat cu o informație potențială, în măsură să fie receptată și descifrată de către un sistem de reflectare conștientă (la nivelul conștiinței umane) și să transmită acesteia, pe lângă mesajul propriei sale existențe, și mesaje despre existența (starea) altor sisteme cu care a fost sau mai este încă în contact. Sau, mai succint spus, din punct de vedere semiotic (semantic) *lumea este o “realitate potențială”* (iată un paradox care regăsește într-o formă inedită situația de “*coincidentia oppositorum*”).

Un argument aparte pentru acest punct de vedere îl reprezintă *relația dintre fenomen și esență*, definind un caz particular de “coincidență a contrariilor”. În ce măsură fenomenul este semn pentru esența pe care în mod obișnuit o ascunde? – iată o întrebare căreia o “semiotică filosofică” poate să îi răspundă. Potrivit acestei perspective, conform căreia orice obiect al lumii presupune două componente structurale – o latură fenomenală, vizibilă (“de suprafață”) și una esențială, invizibilă (“de profunzime”) –, putem considera că latura vizibilă “stă pentru” (este semn) pentru “altceva” (latura invizibilă), în eventualitatea că “cineva” (interpretul uman) caută să o descifreze. Concluzia logică este cât se poate de evidentă, justificând punctul de vedere mai sus formulat: toate obiectele lumii sînt *semne virtuale*, respectiv *realități potențial semnificabile*.

Ca o nuanțare a acestei concluzii să menționăm faptul că fenomenul este o realitate bogată informațional, care stă ca semn pentru o realitate esențială, dar mai săracă informațional (cantitativ vorbind, dar nu și calitativ). Această relație poate fi exemplificată în termenii lui Umberto Eco, care consideră că “semiotica dă un fel de explicație fotomecanică a semiozei, dezvăluind că, acolo unde noi vedem imagini, există aranjamente strategice de puncte albe și negre, alternanțe de plinuri și goluri [...]. Semiotica, ca și teoria muzicii, ne spune că dincolo de melodia pe care o recunoaștem există un loc complex de intervale și de note, iar dincolo de note există fascicule de formanți” [1982: 67]. Altfel spus, semiotica demitizează formele adesea fascinante ale realității, evidențiind cauzele prozaice care de multe ori se află înapoia acestora. Să fie această spulberare a iluziilor pe care omul ar prefera poate să le păstreze un motiv de respingere a semioticii însăși?, iată o întrebare la al cărei răspuns ar merita să mai meditam.

3. Considerațiile de mai sus favorizează soluționarea unei alte dispute purtate de cercetători cu privire la statutul semioticii: este semiotica o *știință socială* (o știință a omului) sau o *știință a naturii*?

În contextul unei teorii a “unității esențiale” [Stănciulescu, 1988, 1990, 1998], construită pe intuiții formulate de omul tuturor timpurilor, se pot argumenta următoarele:

a) Prin calitatea sa de a cerceta semne și situații de comunicare (semioze) pe care doar prezența și implicarea conștientă a ființei umane le poate genera, semiotica este o *știință a omului*. Ea studiază deopotrivă limbajul, ca *sistem semnificant primar* de

semne, ca și *sistemele semnificante secundare* de semne, care, potrivit școlii de la Tartu [Lotman, 1974], cuprind sistemele semiologice ale culturii (miturile, religia în ansamblul ei, filosofia și poezia, știința). Prin misiunea care îi revine de a cerceta sisteme semnificative instituite la nivelul comunității umane, *semiotica se definește ca o știință socială*. Potrivit unor puncte de vedere univoce ar trebui să acceptăm că semiotica este doar “o știință socială, nu o știință a naturii (științele biologice sînt științe ale naturii, chiar dacă au ca obiect de cercetare omul)” [Ivănescu, 1981: 85].

b) Potrivit unor opțiuni complementare, însă, faptul că toate sistemele de semne mai sus menționate nu sînt altceva altceva decît “modele ale lumii”, nu numai umane, ci și naturale (cosmice), face ca semiotica să se definească deopotrivă și ca o *știință a naturii*; capacitatea omului de știință de a citi mesaje ascunse (structuri profunde) ale naturii prin intermediul semnelor sale (structuri de suprafață) constituie un argument decisiv pentru justificarea acestei din urmă calități a discursului semiotic. Un atare punct de vedere asociază semioticii un domeniu de definiție care “îmbrățișează nu numai așa-numitele științe umane și sociale, așa cum am văzut că face tradiția parțială a semiologiei după Saussure, ci și așa numitele științe «exacte» sau naturale, tocmai pentru că acestea din urmă își au originea în experiență și depind de aceasta, ca și procesele de antroposemioză în general, așa cum a început să demonstreze tradiția holistă a semioticii de după Peirce” [Deely, 1997: 25].

Dacă ființa umană este “măsură holografică” a macro- și microcosmosului, fiind o sinteză complexă a “celor trei materii” (fizică, biologică, psihică) [Lupașcu, 1986], rezultă că structura și funcționalitatea unei dimensiuni esențiale a ființei umane (dimensiunea fizică) se supune principiilor de cercetare ale științelor naturii (fizica, chimia, biologia etc., care interpretează semnele pe care natura – umană inclusiv – le oferă spre lectură cercetătorului). Ca atare, putem spune că semiotica este în egală măsură o *știință a naturii cosmice și a naturii umane*.

4. Am argumentat în cele de pînă acum că domeniul semioticii poate fi regăsit atît în orizontul teoriei (științifice) cît și în acela al metodologiei (al “științei pentru știință”), atît în spațiul științelor sociale cît și al celor umane. În aceste condiții de maximă cuprindere, care permit unora să considere semiotica drept o “hiperștiință”, nu este oare îndreptățit *pericolul generalității excesive* pe care unii cercetători îl semnaleză [Eco, 1982: 17]?

Desigur că atunci cînd o teorie își definește în mod “imperialist” obiectul – mai mult sau mai puțin arogant – ca fiind “orice lucru” al lumii, asumîndu-și prin aceasta puțința de a explica prin categoriile sale întreg universul, riscul este deosebit de mare: acela de a spune totul despre nimic sau nimic despre totul. Pentru ca un atare risc să nu fie asociat fără discernămint semioticii, cîteva considerații se impun cu necesitate.

a) *Din punct de vedere teoretic*, am acceptat faptul că semiotica cercetează în termeni generali, mai mult sau mai puțin abstracți, orice realitate care se poate substitui

în mod semnificativ unei alte realități. Este cuprinsă în această categorie foarte largă atât cuvântul “măr” care “stă pentru” fructul denumit, cât și mărul care se substituie păcatului originar ori principiului gravitației, cât și marmelada care poate simboliza o perioadă de sărăcie sau o epocă de tranziție etc.

Citind conotativ (nu peiorativ) o afirmație aparent șocantă a lui Eco, am putea accepta că semiotica este “o teorie a minciunii”, întrucât operează întotdeauna cu substitute și nu cu realitățile propriu-zise, că este o “*disciplină care studiază tot ceea ce poate fi folosit pentru a minți*” [1982: 18]. Din această perspectivă a analizei teoretice, “imperialismul” semiotic este întotdeauna unul virtual, iar nu real, estompându-și pînă la pierdere prezumptiva agresivitate. O atare concluzie poate fi desprinsă din elocventa pledoarie a lui John Deely pentru o semiotică înțeleasă ca “matrice a tuturor științelor”, accepțiune în care nu trebuie să vedem o tentativă “imperialistă”, ci o recunoaștere a experienței ca bază a cunoașterii umane, pe de o parte, a rolului central al istoriei în definirea acestei baze, pe de altă parte. Cu alte cuvinte, este mai degrabă vorba de problema revenirii din “imperialismul științelor naturale, mai ales al fizicii, ca moștenire distinctă a pozitivismului și de a considera submulțimile semiozei în cadrul antroposemiozei drept ceea ce sînt în relație cu un întreg” [1997: 57].

b) *Din punct de vedere metodologic*, așa cum pledoaria mai sus amintită sugerează, semiotica se constituie ca un model general de cercetare a oricărei realități în care semnele pot să se manifeste, în mod virtual sau real. În calitate de metodă generală de cercetare, ea nu este mai “vinovată” decît dialectica sau decît teoria generală a sistemelor, de exemplu, ale căror principii se aplică deopotrivă realității micro sau macrofizice, umane sau nonumane. În momentul în care s-a constituit ca aplicație asociată unuia sau altuia dintre domeniile realității, semiotica și-a particularizat existența, despicîndu-se pe direcția unor științe cvasiautonomie, de tipul celor deja menționate (fitosemiotica, zoosemiotica, antroposemiotica etc.), care se raportează la domenii diferite ale realității, dar au ca numitor comun una și aceeași metodă. Principiul “*divide et impera*” nu-și mai găsește relevanța în această alternativă în care semiotica se manifestă.

În concluzie, putem spune că – cercetat cu atenția cuvenită și fără tendențiozitate – pericolul “imperialismului semiotic” se dovedește a fi o falsă problemă. Activitate interpretativă complementară hermeneuticii, semiotica este coextensivă cu viața mentală și cu natura însăși ca generatoare de viață: “Semiotica oferă o perspectivă asupra întregii experiențe în ceea ce are ea la propriu ca experiență. Realizînd acest lucru ea devine «cea dintîi» dintre științe, nu una dintre mai multe, așa cum prevedea metafizica tradițională, ci ca *doctrina* ea contrastează cu *scientia*, iar ca ceea ce este primordial în înțelegere, contrastează cu ceea ce este determinat de aceasta” [Deely, 1997: 58].

5. Un alt set de argumente care fac desuet pericolul unui “pansemiotism imperialist” rezultă din existența unor granițe de competență pe care – potrivit specialiștilor – semiotica le-ar avea [Eco, 1982: 16-17, 44-45]:

a) *limite politice*, care la rândul lor pot fi:

- *academice*, atunci când discipline particulare au făcut cercetări asupra problemelor pe care și semiotica și le asumă (logica formală, logica limbajelor naturale, semantica naturală, antropologia culturală etc.); într-o atare situație, semiotica trebuie să facă efortul de a-și asuma în manieră specifică rezultatele acestor discipline, pe care – sub umbrela metodologiei sale – ar putea să le unifice, ba chiar să le și încorporeze în calitate de ramuri;
- *de cooperare*, ce decurg din faptul că diverse discipline (lingvistica și teoria informației, kinezica etc.) au elaborat teorii și descrieri tipic semiotice; soluția unor atare situații pare a fi aceea de a recunoaște deschis natura semiotică a acestor categorii cercetări, și de a se propune un cod unificat de concepte, categorii etc.;
- *empirice*, relevând existența unor aspecte care pot fi rezolvate (interpretate) cu instrumentele semioticii, dar pe care aceasta nu le-a abordat încă cu suficientă atenție (semiotica bunurilor de larg consum, a formelor arhitecturale etc. ar intra în această categorie de probleme;

b) *limitele naturale* decurg din aceea că întotdeauna va exista un teritoriu asupra căruia jurisdicția semiotică își pierde puterea de control direct (cazul metafizicii este de referință pentru o atare situație), dar pe care poate să și le asume prin intermediul funcției-semn;

c) *limitele epistemologice* rezultă din disputa dacă semiotica trebuie să constituie teoria abstractă a competenței unui producător ideal de semne (cazul religiei bunăoară este de referință, întrucât propune lumii semnificațiile actului de creație divină) sau trebuie să însemne studiul fenomenelor sociale supuse unor permanente restructurări. Și pentru una și pentru alta dintre ipostaze există argumente, așa încât semiotica trebuie ori să le disocieze, considerându-le ca discipline derivate ale sale, ori să le intersecteze, printr-un limbaj care să unifice creația naturii și a culturii sub semnul uneia și aceleiași conștiințe universale.

6. Fără a fi soluționat încă pe deplin problema mai sus formulată, specialiștii s-au și grăbit să asocieze semioticii o alta: este ea, semiotica, un *limbaj* sau un *metalimbaj*?

S-ar cuveni ca în acest context să definim limbajul, în termeni foarte generali, ca fiind “un mijloc de comunicare a ideilor sau sentimentelor” [Didier, 1996: 189], prin intermediul unui sistem specific de semne. Calitatea de metalimbaj i se asociază celui

sistem de semne “în care este studiat un limbaj dat numit *limbaj-obiect*” [Enescu, 1985: 213]. Clarificarea acestor accepțiuni ne permite să formulăm următoarele concluzii:

- în calitate de *metodă* aplicată unui anumit domeniu de discurs, semiotica este *limbaj*;
- în calitate de *sistem de semne* în care se interpretează un limbaj-obiect (diferit de al ei însăși), semiotica este *metalimbaj*;
- în calitate de *teorie* care își explicitează conținutul propriului univers de discurs (considerat ca limbaj-obiect), semiotica poate fi considerată *metametalimbaj*.

Concluzionând, putem spune că în funcție de ipostaza în care este asumată, *semiotica împlinește atât funcțiile limbajului, cât și pe cele ale metalimbajului*, sau, printr-o extrapolare conceptuală atât pe cele ale teoriei, cât și pe acelea ale metateoriei.

Trebuie să recunoștem – în acest context – că tocmai o asemenea dublă funcționalitate a semioticii o confruntă cu câteva noi impasuri.

a) Un prim impas rezultă din faptul că, fiind obligată să-și expliciteze elementele propriului limbaj tocmai prin utilizarea acestui limbaj, apar o serie de paradoxuri generate de mecanismul *autoreferențialității*.

Paradoxul răspunsului la clasică întrebare: Cine îl bărbiește pe bărbier? se regăsește, de exemplu, și în spațiul semioticii, obligată să răspundă la întrebarea deja amintită: Este cuvântul lucru sau semn? Răspunsul, pe care l-a formulat Augustin este cât se poate de clar: de vreme ce nu putem vorbi despre cuvinte decât cu ajutorul cuvintelor și de vreme ce nu putem vorbi decât vorbind despre anumite lucruri, apare clar că cuvintele sînt semne ale lucrurilor, fără să înceteze să fie [ele însele și] lucruri.

Această permanentă dedublare a calității (a oscilației cuvîntului în calitate de “obiect” al limbajului sau de instrument prin care aceste “obiecte” sînt asumate la nivelul metalimbajului generează adesea ambiguități (paradoxuri) semantice pe care numai o foarte clară defimitate a contextului în care funcția-semn este activată poate să le evite. De multe ori însă, semiotica este pusă în situația de a putea rezolva alte paradoxuri [Ioan, 1987: 124-228], dar să nu și le poată rezolva pe ale ei însăși, generînd prin aceasta situația semnalată de Bas C. Van Frassen a “paradoxalității infinite a limbajului”, în general [Ioan, 1987: 222], a limbajului semiotic, am adăuga noi, în special. *Din punct de vedere epistemologic*, o atare paradoxalitate rezultă din suprapunerea / interferarea continuă a nivelului de referențialitate cu cel de autoreferențialitate și se rezolvă prin delimitarea lor clară, la nivel de conținut semantic. *Din punct de vedere ontologic* (al lumii semnelor) el derivă din aceea că ceea ce este fenomen într-un context devine esență în alt context, ceea ce este formă poate să devină conținut, ceea ce este parte într-un sistem de referință devine întreg într-altul ș.a.m.d.

Continuitatea schimbărilor de statut este complicată în orizontul lumii fizice de paradoxul deja menționat al “coincidenței contrariilor”, care impune unei realități

ierarhizate să fie în același timp parte și întreg (vezi principiul holografiei), corpuscul și undă (vezi dualitatea lumii microfizice) etc. Un atare mecanism ne face, o dată mai mult să ne uimim alături de Einstein, de miracolul care face ca lumea să se lase totuși cunoscută.

b) Dacă nivelurile ierarhizate ale lumii pot să genereze paradoxul autoreferențialității prin schimbarea permanentă a statutului lor (contextual), necunoașterea, modificarea sau chiar mistificarea contextului poate să dea naștere la ceea ce Eco numește “eroarea referențialității” [1982: 78].

Aceasta vizează conținutul de adevăr al funcției-semn, respectiv măsura în care un semn reflectă (stă pentru) o realitate efectivă sau una fictivă. Definirea semioticii ca “știință a minciunii” dobândește în această ipostază o întemeiere ontică: aceea a funcției-semn căreia nu îi corespunde o stare reală, ci una falsificată, fictivă, iluzorie sau, pur și simplu, inexistentă.

Concluzionând, am putea acredita opinia că “de câte ori există minciună, există semnificare. De câte ori există semnificare, există posibilitatea de a o folosi pentru a minți” [Eco, 1982: 79]. Conștiința unei atare posibilități a impus semioticii – pe lângă construcția unei *semantici intensionale*, în măsură să dea seama de condițiile de semnificare a realității – și o *semantică extensională*, capabilă să stabilească condiții ale adevărului, și, în anumite limite, chiar să îl definească cu maxima precizie pe care un limbaj indirect o îngăduie.

c) Strădania de cunoaștere a lumii prin intermediul limbajului indirect, al decriptării semnelor ei, a impus adesea artificii tehnice (conceptual-lingvistice sau logico-semantice) atât de complicate, încât ocultează sensul însuși ale celor afirmate. Riscul tehnicismului excesiv al limbajului semiotic și transformării lui într-o “cetate de necucerit” pentru nespecialiști și prin aceasta ignorată, este dublat, la un alt capăt, de riscul facilității excesive, al utilizării semnelor în accepțiunea lor comună și al pervertirii prin această operare a semnificațiilor ascunse la care ar trebui să se ajungă prin actul lecturii semiotice.

În acest context se impune a consemna două posibilități de a construi teoria semnelor [Miclău, 1977: 21]:

- ca o *construcție cu un înalt grad de abstractizare*, formalizată, utilizând prin excelență limbajul logicii matematice, ancorat cu precădere în orizontul analizelor sintactice lipsite de relevanță semantică sau pragmatică (cum a procedat, într-o primă perioadă a analizelor sale Carnap sau Russell, de exemplu);

- ca o *construcție cu un nivel înalt de intuitivitate*, ancorată în dimensiunea semantică și pragmatică a analizelor, beneficiind de implicarea decisivă a ontologiei, gnoseologiei și praxiologiei, a lingvisticii și istoriei etc. (cum procedează marea majoritate a semioticienilor, începând de la Saussure și Peirce încoace).

Desigur că plasarea extremistă pe una sau de alta dintre cele două variante trebuie evitată de orice specialist, pentru a evita astfel însăși pierderea rațiunii de fi a semioticii: aceea de a explica și asuma “lumea vie a semnelor” în beneficiul omului. În acest fel, el nu își anulează – pe de o parte – posibilitatea absolut necesară a comunicării cu specialiștii altor domenii, avînd în vedere deschiderea interdisciplinară a semioticii. Pe de altă parte, semiotica nu își demonetizează statutul prin aprecierea peiorativă că simplitatea (banalitatea) limbajului face din ea o “știință bună la orice”, deci, la nimic, în ultimă instanță. Găsirea unei alternative mediatore între cele două extreme este de altfel nu numai necesară, ci și perfect posibilă. Căci, așa cum notează Paul Miclău, o teorie “empirică” presupune scoaterea în relief a principiilor relaționare pe care le cercetează teoria “formalizată”, fapt care contribuie la o mai bună descriere a naturii semnului și implicit a semiozei [1977: 21]. Se regăsesc aici concluziile lui Petre Botezatu cu privire la interdependența dintre orizontul sintactic, pe de o parte, cel semantic și pragmatic, pe de altă parte, unul neputîndu-se descrie relevant fără implicarea celorlalte [Botezatu, 1973]. O atare conjugare anulează acuzațiile adesea aduse semioticii de a “sărăci realitatea” prin analizele sale logico-formale sau structurale, pierzînd contactul cu bogăția de nuanțe a realității vii. Să nu uităm că semiotica pornește tocmai de la aceste multiple forme (structuri) de suprafață ale realității atunci cînd – prin decopertare treptată – ajunge la înțelegerea și descrierea structurilor de profunzime.

d) O alternativă particulară a extremelor mai sus menționate o reprezintă aceea a *tehnologizării excesive* a limbajului său, căreia i se opune pericolul unui *antropomorfism extrapolat* la scara întregii realități.

Pe de o parte, practica ordinatorilor și teoria informației sînt responsabile pentru expresiile celei dinții ipostaze consemnate, prin matematizarea excesivă a limbajelor formale, incluse în sfera discursului semiotic. Pe de altă parte, studiul logicii și psihologiei sînt responsabile pentru gramaticalizarea logicii, pentru abordarea fenomenologică a “lunii semnelor” etc. Între aceste două alternative – care ar deveni disfuncționale în alternativa exagerării lor univoce – se constată că “pe măsura tehnicizării sale semiologia a început să se intereseze de probleme legate de societate și de teoria cunoașterii” [Szépe, Voigt, 1985: 141]. Altfel spus, între cele două extreme nu se instituie o ruptură ireconcilibilă, semiotica modernă putînd fi deopotrivă o “*știință naturală umanizată*” și o “*știință umană tehnicizată*”.

7. Ca o sinteză a disputelor mai sus menționate se conturează răspunsul la întrebarea pe care John Deely o dezvoltă pe parcursul unui întreg capitol al cărții sale [1997: 8-19]: *Este semiotica metodă sau punct de vedere?* Să formulăm – pornind de la opinia autorului citat – cîteva considerații pe seama răspunsului la această interogație.

Relevând importanța distincției dintre “metodă” și “punct de vedere”, Deely apreciază că fără cea din urmă, cea dintâi nu ar fi posibilă. Altfel spus, “semiotica este o perspectivă sau un punct de vedere ce provine din recunoașterea explicită a ceea ce presupune orice metodă de gândire sau orice metodă de cercetare” [1997: 9]. În calitate de punct de vedere, semiotica operează cu idei-semne, acțiunea cu semne – semioza, cum a numit-o Peirce – fiind la rîndul ei presupusă de orice metodă. Un silogism elementar poate fi formulat în acest context:

- Orice metodă revelează “ceva” (un adevăr despre lume, un domeniu de cunoaștere etc.).
- Universul pe care semnele îl ascund este revelat de semiotică.
- =====
- Rezultă că:
 - *semiotica este metodă*;
 - *orice metodă este o semiotică (o aplicație a metodei semiotice).*

I.3.3. Semiotica, pledoarie pentru o logică de tip “și/și”

Considerațiile realizate sub semnul lui “pro și contra” pe care subcapitolele anterioare le-au formulat definesc o anumită situație paradoxală a semioticii. Aceasta decurge din faptul pe care o privire atentă poate să îl constate: fiecăruia dintre atributele valorice (virtuțile) pe care le-am asociat semioticii într-o primă secvență a dezbaterii noastre – relația dintre conștiința semnificatoare și lumea semnificată, dialectica dintre vizibil și invizibil, natural și cultural, “puterea creatoare” a limbajului (verbal) ca sistem de semne, unitatea trans- și interdisciplinară a limbajelor etc. – i se pot asocia și aspecte supuse controverselor. Ca o observație metodologică am putea consemna faptul că aceste dispute s-au desfășurat – în general – sub semnul “logicii terțiului exclus”, respectiv a unor alternative de tipul: este semiotica “așa sau așa”, “abordează ea o anumită realitate sau alta” etc.

Ne-a stat în putință să argumentăm – în virtutea unei “paradoxe” logici a lui “și/și” – opinia că *semiotica poate fi “și așa, și așa”*, că “abordează și o realitate, și alta” etc. Trebuie să subliniem în mod explicit că o atare logică a “liniei de mijloc” (*aurrea mediocritas*) se definește prin două ipostaze relativ distincte, în funcție de modul în care factorul temporal este implicat:

- ipostaza unei “logici a unității opuselor”, angajînd o *coincidență de simultaneitate* a contrariilor;
- ipostaza “logicii dinamice a contradictoriului” [Lupașcu, 1983], în care contrariile se transformă unul în altul pe seama unui *coincidențe de succesiune*.

Sub semnul acestei duble înțelegeri a dualității contrariilor se vor regăsi majoritatea încercărilor unificatoare pe care prezenta lucrare le propune.

Consemnarea limitelor cu care se confruntă încă semiotica, pe de o parte, rezolvarea lor (mai mult sau mai puțin principială), pe de altă parte, reprezintă din punct de vedere metodologic o întreprindere de extremă importanță, întrucât:

- depășește limitele ideologice ale unei poziții prin excelență partinice, menită să evidențieze doar virtuțile, iar nu și slăbiciunile unei analize anume;
- permite aplicarea principiului științific al “falsificabilității” (Popper), prin prezentarea alternativei negative pe care o soluție o formulează, acreditând științificitatea demersului nostru intelectual;
- îngăduie transformarea aparentelor “slăbiciuni” într-un instrument de putere metodologică, prin soluționarea lor (principială);
- contribuie la îmbogățirea universului de discurs al semioticii prin deschiderea unor viitoare câmpuri de investigație, deopotrivă teroretice și aplicative.

Faptul de a fi găsit pentru aceste dispute principiale soluții mediatore reprezintă un suport pentru convingerea noastră tacit formulată că semiotica se află deja pe calea afirmării sale ca știință de referință și de ce nu, ca filosofie a viitorului. Căci, nu putem încheia această primă secvență a considerațiilor noastre fără a consemna – o dată mai mult – existența “rădăcinii unice” din care filosofia și semiotica s-au născut și izvoarele comune care le-au stimulat creșterea, “trunchiul teoretic” unitar pe care l-au construit împreună și “coroana” în care își împletesc nedivergent multiplele ramuri aplicative.

Având în vedere că – așa cum sugera Brîncuși în aparent cripticul său aforism “Azi e mîine” – tot ceea ce se realizează în momentul de față devine premisă pentru ceea ce se va împlini în viitor, tentativa de a urmări ceea ce semiotica este și ceea ce ar trebui ea să devină impune o proiecție a prezentului în viitor. *O unificare a prezentului cu viitorul* se conturează în acest context.

II. Metodologia semiotică, un ignorat instrument de putere

Am consemnat deja faptul că, pe de o parte, printre virtuțile de referință ale semioticii, aceea de fi un *organon*, o *metodologie posibil de utilizat cu eficiență de oricare altă disciplină științifică*, ocupă un loc de prim rang.

În acest sens, s-a desprins implicit din cele deja expuse că metodologia semiotică presupune, în esență, trei cuprinzătoare orizonturi analitice⁴:

- *analiza structurală a nivelelor / relațiilor ierarhizate* ale (macro)semnului;
- *analiza triadică* (sintactică, semantică, pragmatică);
- *analiza situației de comunicare generată*.

Despre fiecare în parte, câteva cuvinte în cele ce urmează.

II.1. Analiza structurală a (macro)semnului

Cercetarea procesului de naștere a sistemelor de semne (simboluri) și concretizarea lor istorică la nivelul diferitelor tipuri de text / discurs⁵ angajează *perspectiva structurală* a relațiilor dintre semnificant și semnificat, formă și conținut, expresie și sens, structura de suprafață și cea de profunzime etc., pe de o parte, dintre competență și performanță, pe de altă parte. Urmărită diacronic, însă, o atare perspectivă relevă metamorfoze care adesea modifică accentul de la o extremă în alta (de la “puterea semnificantului”, a motivării “naturale”, prin consubstanțialitatea semnului-cuvânt, la “puterea semnificatului”, a comunicării prioritar semantice, precum în situația arbitrarității semnelor, a convenționalității limbajului, de exemplu). Desigur că în spațiul metodologiei (semioticii) structurale se regăsesc – așa cum mai sus am menționat deja – tehnici și procedee specifice fiecărui tip de text / discurs luat în atenție, care adesea par a fi strategii metodologice proprii doar domeniului respectiv, disciplinei

⁴ Reamintesc că o extensivă cercetare / exemplificare a acestor strategii metodologice (și nu numai) urmează a face obiectul de interes al unei viitoare lucrări. Așa cum a rezultat dintr-o nemijlocită discuție pe care am avut privilegiul de a o purta cu Thomas A. Sebeok, relatată în “*Semiotics of light*” [Stănciulescu, 2003b], o astfel de lucrare încă așteaptă să fie elaborată. Căci, pînă în momentul de față, specialiștii și-au cantonat atenția cu precădere asupra modului de a găsi strategii semiotice adecvate interpretării unui sistem anume de semne, în cadrul unor semiotice ramură, fără a poposi asupra nevoii de a le găsi numitorul comun, spre a le insera într-o integratoare cercetare.

⁵ În acord cu Umberto Eco [1982: 77], am convenit cu alt prilej să asociem cu preponderență conceptul de “text” cu semnificantul unui (macro)semn – a unui ansamblu coerent de semne –, respectiv conceptul de “discurs” cu semnificatul (macro)semnului de referință [Stănciulescu, 1995: 88]. Ca atare, orice text va presupune cu necesitate un discurs și reciproc.

respective⁶. În realitate, fiind aplicate unor domenii particulare de semne, toate aceste strategii devin – într-o anumite măsură – susceptibile de generalizare.

II.1.1. Despre “structura funcțională” a semnelor

Prin sintagma “structură funcțională” am cuplat cele două atribute fără de care nici un sistem complex (de semne) nu poate să ființeze:

“structura funcțională” a semnelor

- un ansamblu de semne (lexic, elemente structurale);
- relațiile ordonatoare instituite între semne, funcțiile care fac ca ansamblul de semne să devină coerent, determinând apariția unei structuri;
- relațiile (suprastructurale) dintre structuri (macro-semne), care generează întregul unui sistem complex.

Pentru optimizarea modului de utilizare a semnelor în procesul comunicării – semne verbale (cuvinte, sintagme, propoziții, fraze, texte sau macrotexte) sau nonverbale (gesturi, reprezentări plastice sau muzicale etc.) – câteva considerații cu privire la modul în care trebuie cercetate (macro)semnele / (macro)sistemele semiotice, indiferent de natura lor, sînt formulate în considerațiile de față.

Scopul acestei prezentări este unul metodologic și anume:

- stimularea competenței comunicative a subiectului uman (student, cursant etc.), care – în calitate de receptor al prezentului mesaj – dobîndește posibilitatea de a prelua și interpreta de unul singur datele generale ale cursului, pentru a putea formula / gândi strategii de optimizare a propriului discursului comunicativ;
- dobîndirea de către candidat a posibilității de analiză structural-funcțională a textului aferent unei comunicări anume;
- autonomizarea competenței metodologice a cursantului de a-și structura optim orice demers comunicativ pe care trebuie să îl realizeze, indiferent de contextul de manifestare al acestuia.

A nu se uita, în acest cadru, că:

- o comunicare eficientă înseamnă adaptarea optimă (structurală și funcțională) a semnului / semnelor la parametrii contextualii ai situației de comunicare;
- ceea ce este eficient într-un context, poate fi total neeficient în alt context.

De aceea, subcapitolul de față este construit pe principiul: *a nu oferi lectorului atît soluții particulare* (decît, cel mult, cu valoare de exemplu), *cît mai ales principii strategice (know how)*.

Căci, precum în vechiul proverb chinezesc: “Dacă oferi cuiva un pește, l-ai hrănit pentru o zi. Or, dacă l-ai învățat să pescuiască, l-ai hrănit pentru toată viața”.

⁶ O lucrare de sinteză, prezentînd metodele specifice disciplinelor socio-umane o datorăm lui Alex Muchielli, coordonator al volumului: *Dicționar al metodelor calitative în științele umane și sociale* [2002].

Considerații de referință pentru metodologia analizei structurale au fost deja oferite în capitolul dedicat semnului și componentelor sale structurale, capitol la care îl invit pe cititor să revină. Ca atare, doar câteva aduceri aminte și sugestii suplimentare vor fi formulate mai jos:

● Descrierea relației structurale dintre *semnificant* și *semnificat*, similară așa cum am spus aceleia dintre cele două fețe ale unei coli, presupune o analiză specifică cu precădere semnului individual (microsemn), prin:

- analiza proprietăților structurale ale semnificantului (tipul suportului substanțial-energetic care îl face sensibil receptorului: sonor, vizual, tactil, olfactiv, gustativ, sau radiant etc., și proprietățile funcționale ale acestor forme-suport: intensitate, consistență);
- determinarea naturii informaționale a conținutului semnificat (tipuri de informație utilizată: fizică, chimică, biologia, psihică, socială etc.);
- cercetarea gradului de adecvare / motivare / compatibilitate (relație de semnificare) determinat de compatibilitatea celor două repere structurale ale semnului: stabilirea măsurii în care semnificantul corespunde (optim sau nu) nevoilor de semnificare ale semnului / mesajului;
- cercetarea relației de motivare (grad de iconicitate) dintre semn și referențial, la nivelul celor două componente structurale: a) prin stabilirea calității “fizice” a reflectării obiectului de către semnificant; b) prin determinarea calității “informațional-semantică” a reflectării obiectului de către semnificat).

● Cercetarea relației dintre *formă* și *conținut* (dintre *expresie* și *sens*, în cazul semnelor lingvistice) vizează cu precădere macrostructurile / sistemele semiotice complexe, caracterizate prin:

- *formă exterioară coerentă*, exprimată în termenii unui complex de semnificanți fizici aferenți, care – prin gradul coerenței lor funcționale (dispunere spațio-temporală, mod de legătură etc.) – determină o imagine logică (coerentă alethic), estetică (plăcută simțurilor receptoare) etc.;
- un *conținut semantic interior*, a cărui “frumusețe funcțională” rezultă din dispunerea coerentă a elementelor semantice, din arhitectura “izotopiilor” utilizate;
- relație intrinsecă între cele două componente ale sistemului (forma / text și conținutul / discurs), prin care “conținutul generează forma, iar forma îngăduie conținutului să se manifeste”;
- relația dintre sistemul text / discurs și referențialul complex pe care acesta îl denotează / conotează, prin:

- Cercetarea relației dintre *structura de suprafață* și *structura de profunzime* vizează evidențierea nivelelor ierarhice pe care se întemeiază orice construcție textuală, așa cum au fost ele evidențiate de autori precum Noam Chomsky [1965], care menționează:

- prezența unei “structuri profunde” a oricărui text / discurs, reprezentând “scheletul sintactic” pe care se construiește întregul sistem; nimic nu poate fi cu adevărat “solid” fără o astfel de structură;
- prezența unor “structuri de suprafață”, complexe de detalii, amănunte etc., care ocultează structura profundă, făcând-o invizibilă (greu accesibilă simțului sau chiar rațiunii)⁷.

În termenii discursului filosofic, această relație poate fi principial asimilată cu aceea dintre *fenomen* (structură de suprafață) și *esență* (structura de profunzime), în care – semiotic vorbind – “noumen”-ul este cunoscută prin cercetarea “phenomen”-ului asociat și invers. Aît fizica, cât și metafizica se întemeiază pe un atare demers analitic.

O mai nuanțată cercetare structurală a sistemelor semiotice este îngăduită de analiza textului / discursului lingvistic.

II.1.2. Despre analiza structurală a textului / discursului lingvistic

Așa cum este definită de Mucchielli:

“Analiza semiotică a textelor (texte verbale, nonverbale și sincretice) pleacă de la principiul că orice discurs este nu doar un macro-semn sau o samblare de semne, ci un proces de semnificare pe care și-l asumă enunțarea. În perspectiva unei semantici generalizate, teoria semiotică este deci concepută pentru a descoperi articulările discursului privit ca un întreg de semnificare. Pentru aceasta, ea stabilește un ansamblu de niveluri de semnificație [...]: este vorba, în principal, de structuri semantice elementare, de structuri actanțiale, de structuri narrative și tematice și de structuri figurative. Fiecare nivel, mergînd de la cel mai abstract pînă la cel mai concret, se presupune a fi rearticulat într-un mod mai complex în nivelul următor” [2002: 355].

Faptul că orice text / discurs presupune existența unor elemente structurale ierarhizate permite o serie de analize pe care le consemnăm în cele ce urmează, vizînd același scop – deja declarat – al optimizării procesului comunicativ. În acest sens, analiza raportului dintre *formă (stil)* și *conținut (informație)* vizează cercetarea relației dintre:

- semnificant (text) și semnificat (discurs), relație care poate fi arbitrară sau (parțial) motivată (iconică); idem, pentru relația dintre textul/discurs și realitatea descrisă;

⁷ În termeni intuitivi, această relație poate fi descrisă prin “metafora copacului”, a cărei “structură profundă” este definită de secvențele în mod obișnuit invizibile: rădăcina, trunchiul și cele 2-3 ramuri majore, peste care se suprapune “structura de suprafață” a ramurilor, frunzelor, florilor, fructelor etc.

- forma expresiei (totalitatea realizărilor sintactice și stilistice) și substanța expresiei (alegerile lexicale utilizate);
- forma conținutului (complexul de scheme expositive: amplă, scurt, clară, ambiguă etc.) și substanța conținutului (faptele și ideile care definesc unitățile de conținut);
- competență și performanță: posibilitățile reale de expresie / semnificare ale emitentului și efectele realizate de acesta, prin intermediul textului/discurs;
- “structura profundă” (trama logică a textului, evidențiată prin analiza sintactică) și “structura de suprafață” (mijloacele semantice de dezvoltare a acesteia, evidențiată prin analiza semantică).

Regăsim, distribuit în aceste strategii metodologice, modelul lui Phillippe Sollers [1980] cu privire la cele trei straturi ale oricărui text / discurs (lingvistic):

- (1) *stratul profund*, “scriitura”, care pune în scenă și înglobează o reprezentare de esență a realității;
- (2) *stratul intermediar*, “intertextualitatea”, reprezentând corpul “material”, ansamblul subtextelor care (re)lansează funcția narativă;
- (3) *stratul superficial*, cuvintele, rimele, frazele, secvențele etc.), care asigură realizarea “scrierii”, a “motivului” textului etc.

Acest ansamblu de niveluri structural-funcționale (sintactic-semantice) formează un gen de “acumulator dinamic”, care:

- se generează de la (1) la (3), în situația construcției semiotice a textului;
- se descifrează de la (3) la (1), în situația deconstrucției / analizei semiotice a unui text deja elaborat⁸.

În concluzie, putem spune că pentru a realiza o eficiență maximă a acțiunii comunicative se impune o corelare sinergică a tuturor deschiderilor metodologice mai sus menționate.

II.2. Analiza triadică sau despre întoarcerea realității la sine

Tuturor metodologiilor de factură structurală mai sus consemnată li se adaugă / asociază în mod adecvat *analiza preponderent funcțională* a relațiilor intersemnifice, respectiv analiza îngăduită de privilegiile *metodologiei triadice*. Căci, în consens cu contribuțiile lui Charles Morris, orice text / discurs poate fi asumat din perspectiva *sintactică* (a relației dintre semnele sale), *semantică* (a relației dintre semne și referențial), *pragmatică* (a relației dintre subiecții umani ai comunicării). Să urmărim pe

⁸ Cele două situații complementare – *construcție* / *deconstrucție* – definesc chiar structura profundă a demersului semiotic, pe care – din nou metaforic vorbind – îl putem identifica cu “metafora margaretei”, a cărei eflorescență o defoliam (deconstruim) petală cu petală (de aici “rigiditatea” analizei semiotice), pentru a ști ce atitudine (constructivă) să manifestăm ulterior, în raport cu una dintre alternativele posibile: “Mă iubește, nu mă iubește...”.

rînd aceste perspective, pentru a consemna – cît se poate de sumar – operațiile metodologice presupuse de fiecare în parte.

• **Analiza sintactică** urmărește definirea tuturor categoriilor angajate în construcția diferitelor tipuri de discurs (mitic, religios, filosofic, științific etc.), a relațiilor instituite între componentelor structurii lor profunde sau de suprafață, definirea regulilor de formare-generare, de transformare sau deducție, a ansamblului de termeni primitivi, a simbolurilor “tehnice” de tip gestual, plastic etc.

Concret, *analiza sintactică a unui text lingvistic* presupune:

- identificarea unităților de conținut ale textului (teme, subprobleme, concepte-cheie);
- fragmentarea în unități de informație (cuvinte abstracte, simboluri etc.);
- utilizarea unor tipuri sintactice specifice (repetiții, expresii de conexiune, de sub / supra / ordonare etc.);
- definirea “structurii profunde” a textului (determinarea relațiilor sintactice, logico-formale, dintre unitățile de conținut și de informație, dintre titlu și subtitluri etc.).

• **Analiza semantică** permite interpretarea dimensiunilor sintactice, a relațiilor de echivalență, a implicațiilor dintre formule etc., respectiv “traducerea” dimensiunilor formale în structurile narrative ale textului / discursului, printr-o permanentă relaționare a semnelor cu referențialul lor.

La nivelul *analizei semantice a textului lingvistic*, cîteva operații se impun derulate:

a) Stabilirea sensurilor pe care le cuprinde textul / discursul în ansamblul său sau în cadrul unităților sale de conținut:

- negativ / pozitiv, afirmativ / infirmativ, entropic / negentropic etc.;
- gradul de corespondență (motivare) existent între orientarea discursului și limbajul (codul) utilizat (adecvat, parțial adecvat, neadecvat).

b) Analiza calitativ-semantică a unităților de conținut din punct de vedere:

- denotativ (ce se afirmă explicit despre subiectul avut în atenție), vizînd: lizibilitatea / inteligibilitatea textului, prin evaluarea gradului de dificultate a textului în raport cu cuvintele “ușoare” sau “grele” pe care le vehiculează (numărul de cuvinte “radicale” raportate destinatarului), lungimea frazelor, numărul de propoziții subordonate, paranteze etc.
- conotativ (ce se sugerează prin intermediul limbajului (simbolic) din punct de vedere semantic), prin: evidențierea evantaiului de accepțiuni semantice posibile ale discursului; stabilirea accepțiunii celei mai probabile prin analiza corelată a tuturor factorilor conjuncturali (situaționali); relevarea decalajului dintre intențiile explicite și cele implicit formulate în text.

c) Analiza cantitativ-semantică a textului prin:

- constatarea frecvenței cu care apar în text termenii-cheie (simbolici);
- stabilirea frecvenței cu care apar anumite probleme în cadrul textului;
- evidențierea frecvenței termenilor cu încărcătură emoțională utilizați în discurs; etc.

d) Analiza paralimbajului prezent în textul / discursul comunicării:

- aspecte retorice ale limbajului verbal (utilizarea factorilor sugestivi, aluzivi, emotivi, spectaculari, metaforici etc.)
- caracteristici ale limbajului nonverbal (dacă pot fi consemnate).

e) Realizarea unui dicționar de “simboluri” (concepte cheie) specifice discursului.

• **Analiza pragmatică** implică intențiile pe care interpretul (emitent sau receptor al textului / discurs) le are în legătură cu posibilitățile de utilizare a discursului receptat, cu sensurile “ideologice” asociate demersului semantic, vizînd relațiile unui anume text cu alte variante ale universului semic etc.

Analiza pragmatică a textului lingvistic presupune:

- interpretarea textului (evaluarea, apreciere) din perspectiva “distanței psihologice” a partenerilor, opoziției, neutrilor;
- definirea atitudinii particulare a observatorului / interpretului / evaluatorului;
- definirea atitudinii emitentului înainte și după realizarea comunicării;
- ecouri (istorice) ale comunicării la nivelul grupului social, al societății etc.

Așa cum am precizat, fiecare operație mai sus consemnată oferă posibilitatea optimizării printr-o mai bună formulare, structurare, manifestare etc. Intervențiile de acțiune optimizatoare sînt însă specifice fiecărei situații de comunicare (publică) în parte, fiind, în consecință, doar la îndemîna celui direct implicat într-o atare situație.

În sinteză spus, sensul generic al acestor operații semiotice este acela ca – prin *competența deconstrucției* triadice a textului / discursului lingvistic – să reușim *performanța (re)construcției* optimizate a lui. Realitatea îmbogățită întoarsă la sine: unui asemenea metodologic ideal i se subordonează și strategia analizei situaționale.

II.3. Analiza situațională sau despre virtuțile hexadei semiotice

Interpretarea preponderent “*situațională*” a oricărui tip de discurs / text luat în atenție urmează a fost dezvoltată la intersecția dintre teoria comunicării și teoria informației. Astfel, așa cum am văzut, orice tip de comunicare umană (tip de discurs istoric constituit) poate fi cercetat ca *situație semiotică* (semioză), ca ansamblu multifactorial ce asigură elaborarea și comunicarea unei informații specifice.

În termeni foarte generali, o asemenea analiză presupune definirea unei “situații de comunicare” (semioză), prin intermediul căreia se poate afla răspunsul la deja amintita succesiune de întrebări formulată de Harold Lasswell: “*cine ce cui de ce și pe ce canal comunică*”? Așa cum am arătat deja, acestui model i-am asociat un parametru suplimentar – *contextul*⁹ – transformându-l astfel într-un operațional model hexadic, cu eficiență utilizat de subsemnatul în diverse situații analitice [Stănciulescu, 1988; 1999; 2000; 2004].

Demersul optimizator pe care strategia analizei hexadice îl îngăduie presupune corelarea următoarelor trei etape și anume: *analiza structurală*, *analiza funcțională*, *elaborarea modelului optimizator*. Să le luăm, pe rând, în seamă în cele ce urmează.

(1) Analiza structurală. Această etapă vizează cercetarea detaliată a parametrilor structurali ai “situației de comunicare” avute în vedere, adică:

- CONTEXTUL realizării actului comunicativ se descrie ca:
 - *macrocontextul*: presupune cercetarea condițiilor globale sociale, economice, politice, cultural-educative, instituționale etc. în care se realizează actul de comunicare supus cercetării;
 - *microcontextul*: angajează condițiile spațio-temporale specifice în care se derulează situația comunicativă de referință;
- EMITENTUL mesajului se definește prin factori de personalitate:
 - a) *factorii biologici*: implică luarea în atenției a sexului, vârstei, particularităților morfo-fiziologice, a temperamentului și stării de sănătate etc. a subiectului uman care îndeplinește acest rol;
 - b) *factorii psiho-logici*: se urmăresc în această direcție:
 - particularitățile intelectuale ale emitentului: inteligența, fluenta, flexibilitatea gândirii, capacitatea de analiză și sinteză, originalitatea, aptitudinea de redefinire, de refolosire, sensibilitatea față de probleme etc.;
 - particularitățile nonintelectuale presupun evidențierea motivației, a atitudinilor și aptitudini speciale etc. implicate în actul comunicativ de referință;

⁹ Fiind considerat un parametru implicit (adică prezent în subsidiarul fiecăruia dintre parametrii semiozei), această coordonată a situației de comunicare nu a fost explicit luată în seamă de Harold Lasswell. Am arătat deja că, dată fiind relevanța lui cu totul specială, pe de o parte (să ne gândim că – spunând “context al comunicării” – spunem implicit și “canale” de comunicare, și “zgomote” / factori de bruieră ai comunicării etc.), intenția de a nu-l pierde cumva din vedere, pe de altă parte, am consemnat *contextul ca un factor explicit al semiozei*. Două accepțiuni pot fi asociate în mod distinct parametrului contextual: una generală, vizînd *macrocontextul*, respectiv condițiile culturale, sociale, economice, ideologice etc. în care semioza luată în atenție se desfășoară, respectiv *microcontextul*, vizînd condițiile particulare în care se derulează semioza cercetată.

- c) *factorii sociali*: se referă la mediul de proveniență (rural, urban), familie, origine socială, școala urmată și nivelul de instrucție, mediu de inserție profesională etc.
- **CONȚINUTUL** comunicării (al mesajului transmis) vizează:
 - datele generale cu privire la natura tipului de comunicare: obiective generale, elemente de conținut etc.;
 - definirea conținutului mesajului: informativ, referențial, interpretativ, prescriptiv, emoțional, inovativ etc.;
 - indicii de eficiență prezumată (dedus din conținutul latent al mesajului): pozitiv, limitat, echilibrat, negativ etc.;
 - **MIJLOACELE** de codificare utilizate (CUM?) se referă la:
 - natura mesajului transmis (respectiv oral, scris, desenat, cântat etc.);
 - tipul limbajului utilizat (care poate fi denotativ / conotativ, tehnic / literar-artistic etc.);
 - canalele utilizate pentru codificarea mesajului (expunere orală, dialog, proiecție etc., de exemplu);
 - “zgomotele” (blocajele) cu care transmiterea se poate confrunta (impedimente obiective și subiective care pot afecta comunicarea);
 - **RECEPTORUL** mesajului (CUI?) se descrie prin:
 - determinarea persoanei / grupului de persoane (țintă) cărora mesajul le este adresat;
 - definirea “personalității” receptorului, pe baza parametrilor bio-psiho-sociali mai sus menționați;
 - gradul de orientare al mesajului (orientat, nedeterminat, vag, neorientat etc.);
 - canalele de ajungere a mesajului la receptor și gradul de “zgomot” care le caracterizează;
 - **SCOPUL** mesajului:
 - intenții urmărite (scontate) de emitent prin comunicarea mesajului (materiale, sentimentale, intelectuale, ideologice etc.);
 - finalități obținute efectiv în urma actului comunicativ (interesul particular generat)¹⁰.

¹⁰ Decalajul / diferența între scopurile formulate și finalitățile obținute constituie drept indicele cel mai relevant al “performanței comunicative”. Când această diferență este nulă, înseamnă că actul comunicativ a avut maximă eficiență. Un banal exemplu: nota estimată la examenul de semiotică = 10; nota obținută = 10; diferență nulă între cele două valori, ceea ce înseamnă o “comunicare” de maximă eficiență.

(2) Analiza funcțională. Acest tip de analiză presupune stabilirea unor corelații funcționale între parametrii mai sus menționați, în funcție de particularitățile situației de comunicare propriu-zise, cum ar fi de exemplu¹¹:

- corelarea contextului cu personalitatea emitentului și natura conținutului;
- corelarea personalității emitentului cu aceea a receptorului;
- determinarea relației dintre conținutul mesajului și contextul realizării;
- analiza conținutului în funcție de finalitățile urmărite;
- stabilirea legăturii dintre mijloacele utilizate și receptori etc.

Analiza funcțională este esențială, întrucât ea vizează dimensiunea dinamică, constructivă a oricărei situații de comunicare. Cu alte cuvinte, degeaba cunoaștem sau optimizăm parametrii structurali ai comunicării, dacă nu corelăm optim și modul lor de funcționare la nivelul semiozei în ansamblul ei.

(3) Etapa optimizării / stimulării situației de comunicare. Principial, metodologia stimulativ-optimizatoare presupune o acțiune “profilactică”, îndreptată către:

- evaluarea / estimarea (cuantificată, acolo unde este posibil) a eficienței fiecărui parametru structural-funcțional;
- încercarea de stimulare / optimizare a fiecărui parametru în parte, prin proceduri specifice;
- redefinirea “situației de comunicare” în întregimea sa, prin corelațiile funcționale sugerate de parametrii deja optimizați.

Numai conjuncția coerentă a celor trei nivele ale analizei situaționale face cu adevărat eficient un instrument de o integratoare forță operațională.

II.4. Concluzii metodologice: premise pentru un alt pas înainte

Cîteva concluzii se impun formulate în încheierea acestui al treilea capitol, în care semiotica a fost deopotrivă definită ca *teorie* și ca *metodă*. Consemnarea sumară, în cadrul de față, a cîtorva dintre instrumentele metodologice pe care semiotica le utilizează pentru (de)codarea (macro)semnelor cu care ființa umană operează în diferite contexte este justificată de faptul că:

- explicit sau implicit, o parte dintre instrumente luate în seamă în cele de mai sus au fost menționate explicit în considerațiile teoretice vizînd statutul semioticii sau implicit (autoreferențial) utilizate pe parcursul lucrării de față, pentru a interpreta diferite ipostaze ale discursului / textului semiotic însuși; ca atare, paragraful de față poate fi considerat într-un anume fel drept o sinteză operațională a întregii lucrări;

¹¹ O încercare de analiză exhaustivă a combinațiilor permise de cei șase poli ai modelului hexadic al “situației educative”, de pildă, dezvoltat de Petru Ioan [1995], denotă existența a 65 de asemenea posibilități combinatorii.

– o altă parte a metodelor analizate (între care metoda “analizei hexadice” sau a “grafului semiotic”, de exemplu) se constituie ca instrumente relativ inedite și, în consecință, pot deveni sursă de referință pentru o serie de alte cercetări semiotice aplicate;

– relevarea câtorva dintre atributele specifice (macro)semnelor (texte / discursuri) permite definirea implicită, în cadrul lucrării de față, a “limbajului obiect” al semioticii: semnul și semioza;

– menționarea explicită sau / și utilizarea implicită a reperelor metodologice pe care semiotica le oferă reprezintă un îndemn pentru specialiștii care nu le (re)cunosc încă să își reconsidere punctul de vedere, spre a-și îmbogăți și analizele specifice disciplinelor lor (fie ele științe ale naturii sau ale societății / omului) și cu contribuțiile demersului semiotic.

Faptul de a fi găsit pentru aceste dispute principiale soluții mediatoare reprezintă un suport pentru convingerea tacit formulată că semiotica se află deja pe calea afirmării sale ca știință de referință și, de ce nu, ca filosofie a viitorului. Căci, nu aș putea încheia această primă secvență a considerațiilor cu privire la ceea ce semiotica este fără a aminti – o dată mai mult – existența pământului din puterea căruia “rădăcina unică” a filosofiei și semioticii a izbucnit și izvoarele comune care le-au stimulat creșterea, “trunchiul teoretic” unitar pe care l-au construit împreună și “coroana” în care își împletesc nedivergent multe ramuri aplicative, tot mai înălțate către cer.

Dar, o anume precauție avută totuși în vedere. Căci, așa cum Ștefan Afloroei atenționează, între Aspiratie și Împlinire, între Predestinare (prefigurare) și Destin se așază întotdeauna o diferență de care doar greșind nu am ține seama; căci: “... pământul este totdeauna pământul unui cer, așa cum muritorii sînt ceea ce sînt numai înaintea celor care nu cunosc moarte [...], așa cum «solii trimițători de semne ai divinității» sînt solii unui neam sau ai unei istorii. Nu urmează de aici că fiecare ținut al pământului își află sau își schimbă cerul după voia timpului său” [1993: 77].

Sau, cu alte cuvinte: așteptînd ca semnele “sosirii divinului” să se împlinească, nu înseamnă că avem dreptul ca, între timp, să ne construim alți și alți idoli. Nici măcar în gînd, cu instrumentele filosofiei sau ale semioticii...

Să ne reamintim celebra trilemă lui Gorgias:

- mai întîi, nu există nimic;
- apoi, chiar dacă ar exista, nu putem cunoaște;
- în fine, chiar dacă putem cunoaște, nu putem comunica,

pentru a aprecia – alături de Aurel Codoban [2001: 5] – că întreaga filosofie modernă și implicit semiotica nu au făcut decît să confirme că: există CEVA, pe care îl PUTEM CUNOAȘTE și despre care PUTEM COMUNICA.

În fața unei atare alternative, creditînd gîndul că realizările trecutului și ale momentului de față se constituie în premisă pentru ceea ce urmează a se împlini în viitor, nu ne rămîne decît ca, în cele din urmă, să ne întrebăm: ÎNCOTRO, SEMIOTICA ?

III. Quo vadis, semiotica ?

Încă de la începutul secolului nostru, când semiotica (semiologia) modernă abia începea să se constituie, Ferdinand de Saussure consemna că: “Semiologia va avea mult de lucru, fie și numai pentru a vedea care sînt granițele ei” [cf. Carpov, 1987: 7]. Urmărindu-l pe Eco, am văzut că trei accepțiuni am putea asocia în acest context ideii de graniță: *politică, naturală, epistemologică*. Cercetarea fiecăreia în parte a evidențiat că nu există de fapt granițe limitatoare pe care – în mod direct sau indirect – semiotica să nu le poată transcende. O atare concluzie este definitorie pentru întrebarea căreia capitolul de față va încerca să îi răspundă: *Quo vadis, semiotica?*

III.1. Despre statutul actual al unei discipline istorice

Nesituîndu-mă, așa cum deja am declarat, pe pozițiile unei atitudini “pro semiotica” excesiv partinice, voi încerca în cele ce urmează să caracterizez sumar statutul pe care această disciplină îl are în momentul de față. O serie de criterii evaluative stau la îndemîină, așa cum au fost ele formulate de erudiții interesați să le urmărească și să le descrie concret.

În contextul extensiei pe care cercetările de semiotică le-au înregistrat în ultimile decenii în întreaga lume, specialiștii români s-au integrat cu dificultatea impusă de o anumită izolare științifică și de un anume dogmatism care caracteriza – global vorbind – întreaga spiritualitate românească. O analiză (semiotică chiar) a contextului în care o atare “semioză” s-a constituit și derulat ar nuanța multe dintre impasurile cu care tot ceea ce era subtil, posibil de multiplă interpretare etc. trebuia să se confrunte. În aceste condiții, a vorbi de o tradiție românească propriu-zisă în domeniul semioticii înseamnă a forța nepermis lucrurile. Căci, de ce să nu recunoaștem că una înseamnă a avea o experiență notabilă în orizontul lingvisticii, al filosofiei și logicii limbajului, și alta să dispui de un spațiu propriu doar zonei de întîlnire dintre aceste discipline. Or, cu excepția unor lucrări izolate cu problematică implicit semiotică, un atare spațiu nu s-a constituit cu adevărat nici în perioada interbelică și nici în cea postbelică. Să ne amintim că, pînă nu demult, în spațiul românesc al formării specialiștilor din domeniul filosofiei, al filologiei, matematicii și informaticii etc., semiotica abia era amintită, sau, în cel mai bun caz, voalat descrisă în spațiul unor discipline purtînd un cu totul alt nume.

În ciuda unei atare situații, nu putem să nu consemnăm însă cîteva din contribuțiile pe care – cu eforturi meritorii – cîteva specialiști români totuși le-au realizat. Printre acestea

se cuvin amintite, în primul rând, contribuțiile lui Solomon Marcus, care – de pe pozițiile logicii matematice – a aplicat instrumentarul semiotic la studiul limbii și al fenomenelor literar-lingvistice. O serie de lucrări de referință – personale sau coordonate – stau mărturie a acestor preocupări cu totul deosebite¹².

Tocmai aceste realizări au intenționat Paul Miclău și Solomon Marcus să le prezinte, într-o lucrare de sinteză intitulată “*Sémiotique roumaine*”, pentru a contura o imagine a cercetărilor semiotice desfășurate în România, în centre și domenii diverse. Faptul că “tocmai în planul reprezentativității lucrarea este deficitară”, cum observă Cezar Radu [1982: 432] este relevant pentru situația în care – din punct de vedere cantitativ, cel puțin – cercetările românești au putut fi consemnate și evaluate la vremea aceea.

Din fericire, însă, deschiderile intelectuale care au urmat – anilor '90 cu precădere – au contribuit la afirmarea unui nou “suflu semiotic”, în care mai vechi și mai noi cercetători au putut să-și valorice altfel vocația de a vibra în orizontul semnelor: filologi, filosofi, logicieni etc. Este suficient să amintim în orizontul acestei semiotice creșteri, fără aspirația spre exhaustivitate, pe: Pia Brânzeu, Maria Carпов, Ion Cârâc, Livius Ciocîrlie, Aurel Codoban, Viorel Guliciuc, Petru Ioan, Victor Ivanovici, Gh. Ivănescu, Mariana Neț, Mihai Pop, Daniela Roventă-Frumușani, Constantin Sălăvăstru, Mariana Scânteie, Carmen Vlad, Ion Vlad, Lucia Wald și alții.

Cu un atare potențial de cercetare – la care se adaugă cu o greu de evaluat încă putere – reprezentanții mai tinerei generații, un singur lucru mai trebuie încă de făcut: instituționalizarea semioticii românești într-o națională organizație și afilierea ei ca atare la forul internațional de peste două decenii existent: IASS-AIS.

III.2. O informală declarație de intenții

În încheiere, îmi mai permit să formulez aspirația de a contribui, prin chiar încercarea de față, la susținerea unui alt pas către viitorul semioticii. Acest lucru se împlinește efectiv – într-o manieră pe care o pot considera fertilă și în bună măsură originală – prin consolidarea statutului fundamental al semioticii: acela de a fi teorie și metodă.

Considerațiile de conținut cu privire la semiotică și universul său conceptual sînt desfășurate în spațiul metodologic pe care semiotica însăși îl îngăduie: analiza situațională, mai înfii, abordarea structurală și triadică (sintactică, semantică, pragmatică), mai apoi. Mai concret spus, construcția cărții de față se prevalează de următoarele două deschideri metodologice:

¹² De altfel, pentru meritele activității de pionierat în domeniul semioticii, profesorul Solomon Marcus a și fost ales pentru multă vreme ca vicepreședinte al Asociației Internaționale de Studii Semiotice (IASS-IAS).

1. **Deschiderea holistică**, implicită, încercînd definirea semioticii ca un tot care se (auto)dezvăluie treptat cercetătorului, prin purtarea sa de la general la particular, de la conturi fenomenale la nuanțarea lor esențială. O metodă a “defolierii”, cum am putea-o numi, este operaționalizată în acest context: permanenta reluare, tot mai nuanțată, a unor repere definitorii pentru fundamentele semioticii, care, pe parcursul acestei reluări își estompează treptat imaginea relativ simplistă a primei descrieri pentru a dobîndi în final dimensiunile simple, dar cardinale, ale esențialului. O perspectivă diacronic-istorică este angajată în acest tip de abordare, care permite redefinirea semioticii printr-o fugară trecere în revistă a principalelor contribuții înregistrate în acest domeniu, de-a lungul timpului.

2. **Deschiderea analitică**, explicit conturată, urmărește succesiunea parametrilor pe care o situație de comunicare (semioză) cu totul specială, prin autoreferențialitatea ei, o determină: să-i spunem “semioza semiotică” (“semioză a semiozei”, în fond). Acesteia îi revine misiunea de a descrie – într-o viitoare lucrare – parametri definitori precum: *homo significans*, în calitate de *producător* al semnelor cu privire la semne (semiotician), semioza însăși, ca *proces* de generare și comunicare a semenelor, semnul însuși (inclusiv semnul despre semn), ca *produs* al unei procesualități semnificante, definirea contextului în care un mesaj este codat de un anume emitent și decodat un anume receptor, a canalului și zgomotelor presupuse de procesul de comunicare, a finalității acestuia etc. Metoda analizei hexadice și a grafului semiotic vor fi operaționalizate în acest scop.

Sintetizînd, putem spune că prezenta lucrare se definește ca o *încercare teoretică*, constituindu-se, în același timp, ca un:

- *discurs metateoretic*, pentru că utilizează limbajul și reperele conceptuale ale semioticii pentru definirea propriilor univers de discurs;
- *demers aplicativ*, pentru că folosește instrumentarul (metodologia) analizei semiotice la descrierea propriei situații de “comunicare semnificativă”.

Avantajele unei atare abordări (care se constituie în același timp și ca atribute de originalitate ale cărții) decurg din posibilitatea conturării unei *panorame coerente* cu privire la ceea ce semiotica – în dubla sa calitate, de teorie și metodă – a devenit în timp și la ceea ce ar urma (ar trebui) să devină. Completitudinea unei atare panorame impune consemnarea și analiza tuturor parametrilor pe care o “semioză semiotică” îi presupune. Aici se ascunde, într-un anume fel, “slăbiciunea” unei lucrări de acest gen: faptul că fiind numeroase și complexe, aceste repere structurale nu pot fi urmărite decît pe “orizontala” constituirii lor, fără o descriere prea amplă. Atare descrieri fac, de altfel, obiectul unor adevărate monografii avînd ca scop, spre exemplu, definirea semnului sau a semiozei, a analizei triadice (sintactice, semantice, pragmatice) sau structurale etc.

Cred însă că, asemenea gen de lucrări sînt extrem de utile specialistului deja format în domeniul teoriei semnelor dar nu și celui care abia aspiră să pătrundă în acest domeniu. A nu vedea pădurea din cauza copacilor ar fi cu totul neprofitabil pentru

această categorie de cititori cărora le adresez cu prioritate, așa cum am precizat de la bun început, gândurile. Desigur că opțiunea declarată pentru “orizontalitatea discursului” nu face abstracție – acolo unde acest lucru se impune cu necesitate – de construcția lui pe “verticală”. Consider, de altfel, că încercînd să facă mai multe pe orizontala discursului cu privire la semiotică, lucrarea de față dobîndește – în raport cu alte încercări similare – o suplimentară notă de “verticalitate”. Aici, sper, ca efortul subsemnatului să se întâlnească cu acela al cercetătorilor pe care pătrunderea performantă în universul semnelor i-a consacrat deja.

Dezvoltarea și cercetarea nuanțată a tuturor problemelor pe care le-am formulat sau doar sugerat în cadrul introducerii de față se constituie în sarcină specială a semioticii teoretice, care își justifică astfel apartenența la cele mai importante orizonturi ale cunoașterii umane. Unei atare sarcini i se subordonează, în cele ce urmează, propriile mele considerații.

Aflîndu-mă în faza prefigurării unor viitoare intenții de cercetare, prin a căror împlinire semiotica și-ar întemeia poate mai bine decît pînă acum statutul, nu îmi rămîne decît să sper că o atare întemeiere va constitui premisa decopertării acelor “structuri de profunzime” ale realității pe care, printr-o “veșnică întoarcere”, omul le mai caută încă.

III.3. Avataruri ale unei firești deveniri

Situația actuală a semioticii, așa cum a rezultat din toate cele pînă acum prezentate, îngăduie formularea cîtorva imperative pentru dezvoltarea ei viitoare. Aceste imperative decurg, în primul rînd, din:

- depășirea impasurilor cu care deja semiotica s-a confruntat și pe care în mare parte le-am consemnat, probleme cărora le-am sugerat o rezolvare de principiu;
- formularea unui ansamblu de dificultăți cu care semiotica s-ar putea confrunta în viitor și pe care ar trebui să le preîntîmpine încă din momentul de față;
- apariția unor noi probleme de conținut sau metodologice – ca urmare a progresului cunoașterii umane, în măsură să contureze noi discipline, adecvate unor noi teritorii ale realității care pot fi mereu descoperite – va impune o îmbogățită abordare a unora dintre aspectele semiozei.

Să regăsim, într-o sinteză finală, principalele deschideri pe care cele trei direcții mai sus menționate le îngăduie (și le impun totodată) unei semiotici a viitorului.

1) *A găsi soluții mediatore la confruntări încă netranșate cu privire la statutul actual al semioticii* a constituit o preocupare constantă a prezentei lucrări, așa cum am procedat în subcapitolul vizînd tensiunile cu care semiotica încă se confruntă.

2) Printre *dificultățile cu care semiotica s-ar putea confrunta în viitor* câteva trebuie în mod anume formulate, sub semnul următoarelor întrebări:

- Care va fi în viitor ponderea dimensiunii teoretice a semioticii în raport cu cea metodologică, respectiv cu cea aplicativă? Apreciem că cel puțin pentru o vreme de acum înainte, ponderea majoră a analizelor semiotice trebuie să acopere domeniul aplicativ, în paralel însă cu necesară rafinare metodologică. Pentru a nu deveni totuși o simplă “istorie”, teoria semiotică va trebui să-și optimizeze în permanență, la rîndul ei, conținutul, printr-o continuă asumare a concluziilor formulate de cercetările aplicative.

- Cum își va adapta semiotica instrumentele “tradiționale” la metodele și procedurile moderne ale tehnologiei computaționale, respectiv ale formalizării presupuse de aceasta? Nu putem, desigur, evalua încă integral posibilitățile metodologiei semiotice de a evolua pe această direcție. Putem, în schimb, să sugerăm câteva din posibilitățile de optimizare a analizelor semiotice aplicate, prin “standardizarea” lor, respectiv prin:

- construirea grilei de referință pe care se întemeiază orice tip de semioză, prin consemnarea / cuprinderea tuturor parametrilor structurali cunoscuți și, pe măsură ce apar, a altora noi și cercetarea lor prin proceduri logico-matematice (metoda grafului, analize matriciale, metoda diviziunii etc.) și proceduri semantice (metoda extensiunii și intensiunii, metoda tabelor semantice, metoda structurală etc.) [Enescu, 1985: 215-240];

- definirea clară a relațiilor specifice dintre acești parametri și formalizarea lor în termenii logicii deontice, ai praxiologiei etc.;

- determinarea procedurilor logico-semantice (gramaticale) în măsură să permită eficient trecerea de la structurile de suprafață la cele de profunzime, în consens cu gramaticile generativist-constructiviste de tip Chomsky și cu limbajele de programare aferente lor.

3) În *categoria problemelor inedite care ar putea să apară în viitor*, în măsură să genereze reconsiderări ale procesului de semnificare / comunicare, am putea menționa în mod anume:

- apariția unor date noi legate de mecanismele cerebrale ale reprezentării / semnificării, prin intermediul cărora funcția semiotică însăși se manifestă, ca urmare a contribuțiilor pe care discipline recente cum ar fi biofotonica ar putea să le formuleze [Stănciulescu, Manu, 2001a,b; Stănciulescu, 2003];

- impunerea unor teorii explicative bazate pe fizica informației (teoria câmpurilor informaționale) [Stănciulescu, 1991], în măsură să releve noi medalități de semnificare (la nivelul câmpurilor semantice), de transmitere / comunicare neconvențională a mesajelor (pe cale telepatică, de pildă) etc.;

- progresul tehnologiei computaționale care ar putea sugera posibilități inedite de lectură a demersului semiotic;

- apariția unor noi domenii ale cunoașterii (realității) susceptibile de asumare semiotică etc.

Toate aceste direcții, ca și multe altele pe care încă le ignorăm, sînt menite să sugereze *construcția unei semiotici care să integreze încă din prezent și probleme ale viitorului*. Uitîndu-ne în jur cu ochii semioticianului, putem spune că *viitorul a început deja să confrunte semiotica cu imperativul dezvoltării pe cont propriu*, chiar (sau cu atît mai mult) în condițiile în care viziunea noastră despre lume urmează să se schimbe. Prin aceasta, așa cum consemnează și John Deely, “punctul de vedere semiotic ajunge să includă întregul fenomen al comunicării umane – nu numai limba – și ulterior, ca urmare a acestui fapt, fenomenele culturale, atît ca elemente ce încorporează fenomenele naturii, cît și ca elemente diferite de acestea” [1997: 15]. O mai succintă și în același timp mai extinsă definire a domeniului de interes al semioticii – care se proiectează, prin “metafora oglinzii”, nesfîrșitelor forme ale realității obiective și subiective – nu se putea, credem, formula.

Toate aspectele mai sus consemnate au impus și vor impune încă necesitatea elaborării și utilizării nuanțate a unei metodologii (de factură semiotică ea însăși) menită ca, în limitele unui discurs teoretic (autoreferențial, metasemiotic), să reconsidere toți parametrii specifici unei “situații semiotice” virtual nouă: aceea pe care *viitorul statut al semioticii* a început deja să o definească. În ce măsură studiul de față a încercat și reușit să răspundă unui atare proiectiv imperativ, cititorul însuși poate să decidă.

III.4. Semiotică și filosofie: o necesară regăsire

Încercînd o sinteză a considerațiilor de pînă acum va trebui să constatăm că – prin multitudinea ipostazelor istoric constituite – semiotica definește *preocuparea spiritului uman de a-și releva esența și de a-și stabili poziția în lume*. Or, de ce să nu recunoaștem, în ultimă instanță aceasta este problema cardinală a filosofiei. Studiind filosofia, studiem implicit și semiotica, pentru că limbajul, instrumentul gîndirii filosofice (analitice prin excelență) presupune prezența nemijlocită a semnelor, după cum obiectul reflexiei filosofice – realitatea în ansamblul ei – nu poate fi asumat decît prin activarea semnelor sale (prin generarea de semioze). Dacă realitatea lumii ar fi surprinsă pe o altă cale – experiențial-holistică, să spunem, așa cum o făcea omul timpurilor inițiatice – n-am mai putea vorbi de o cunoaștere rațională (filosofică sau științifică), ci de una pur intuitivă, de factură mitico-religioasă.

Trebuie să mai constatăm, în acest context, că problematica limbajului, în calitatea sa de cel mai general sistem de semne, *se identifică cu principalele momente evolutive ale filosofiei însăși*. Pentru că, prin gînditorii ei, fiecare epocă istorică a reluat într-o formă sau alta principalele controverse pe care nașterea și devenirea limbajului (a semnului/cuvînt, a sistemului de semne / limbă). Altfel, în orizontul filosofiei s-au conturat primele speculații teoretice cu privire la semn, germene constitutiv pentru o devenire conceptuală ulterioară: semiotica, teorie generală a semnelor. Istoria acestor

controverse ne pune în fața întâlnirilor mai mult sau mai puțin directe dintre orizonturile spirituale ale lumii – antice (cum ar fi cele ale orientului și occidentului, bunăoară) – sau moderne (precum cele ale tradiției culturale europene și americane, de exemplu) –, avînd ca efect îmbogățirea cunoașterii umane, și implicit consolidarea poziției lui *homo significans* în universul semnelor lumii.

- Pe de o parte, poate că virtutea semioticii de a surprinde realitatea sensibilă (descrișă prin semnificatul semnelor sale), ca și pe aceea a realității insesizabile (sugerată prin semnificatul semnelor sale), îi va acorda în viitor șansa de fi orizontul de regăsire a celor două “căi regale” ale cunoașterii umane – calea intuitivă și cea rațională –, orizontul în care “omul vizual” al timpurilor moderne îl va regăsi pe “omul vizionar” al timpurilor arhaice, așa cum participanții Colocviului de la Tsukuba (Japonia, 1985) și-au exprimat convingerea că ar trebui să se facă [Cazenave, 1986]. Să nu uităm că, prin însăși natura actului semiotic și a instrumentului său – semnul – vizualul și vizionarul se regăsesc ca două fețe de neseplat, aparținînd aceleiași realități.

- Pe de altă parte, constatarea faptului că, în ultimă instanță, semiotica cercetează “subiectul uman ca actor al practicii semiotice”, al profundului “îmbold de a semnifica” [Eco, 1982: 380, 382] îndreptățește, o dată mai mult, demnitatea sa – tot de Peirce semnalată – de a fi o *știință cosmo-logică* și, în egală măsură, *noologică*, o *teorie a cunoașterii și a interacțiunii*, cu implicații practice directe și aplicabilitate empirică [Oehler, 1979, cf. Marcus, 1985: 68]. Dezvoltînd acest punct de vedere, Charles Morris notează: “Semiotica ne oferă fundamentele înțelegerii principalelor forme de activitate umană, precum și a interdependenței lor, deoarece toate aceste forme de activitate și de dependență își găsesc o expresie în semne, care sînt mediatorii ai activității. Făcînd posibilă această înțelegere, semiotica promite să îndeplinească una dintre funcțiile considerate tradițional ca filosofie. Filosofia a păcătuit adesea confundînd în propriul ei limbaj diverse funcțiuni, pe care le îndeplinesc semnele. Astfel, în conformitate cu o tradiție veche, devine astăzi posibilă asocierea filosofiei cu teoria semnelor și cu unificarea științelor, respectiv cu aspectele generale ale semioticii pure și ale semioticii descriptive” [cf. Schaff, 1996].

Desigur că o anumită autonomie sau neutralitate trebuie atribuită semioticii în relația sa cu filosofia, fără a fi însă exagerată, așa cum unii semioticieni încearcă să sugereze: “Semiotica în sine nu aparține vreunei filosofii particulare și nu presupune necesitatea unei astfel de filosofii. Știința semnelor vorbește tot atît de puțin în favoarea filosofiei «empiriste» sau neempiriste, ca și în favoarea unei religii «naturale» sau «supranaturale»” [Schaff, 1966].

Concluzionînd, putem afirma fără nici o îndoială că rădăcinile comune ale filosofiei și semioticii sînt cît se poate de certe. Definindu-se ca o adevărată “filosofie a semnelor”, ancorată practic în realitatea naturală sau culturală, semiotica își validează calitatea de a fi “*the most general science*”, calitate pe care Peirce o desprindea din premisa că “*all thought is in signs*” [Oehler, cf. Marcus, 1985: 65-66]. Altfel spus,

maxima generalitate a “științei semnelor” decurge din aceea că toată *gîndirea* – și, prin aceasta, *practica* implicit – se află în semne.

O atare deschidere justifică încercările de abordare a unor domenii speciale ale filosofiei, cum ar fi ontologia, gnoseologia, epistemologia și logica, axiologia și estetica etc., în termenii oferiți de metodologia semiotică. Atare aplicații sugerează, o dată mai mult, posibilitatea ca *în viitor filosofia să (re)dobîndească o orientare semiotică mai evidentă*, pe măsură ce semiotica va fi pusă în legătură cu diferitele sisteme de interpretare științifică ale lumii.

Un entuziasm poate sporit de implicarea subiectivă a autorului în orizontul cercetării semioticii i-ar putea asocia acesteia, în viitor, șansa de a media o mult așteptată reîntîlnire a filosofiei cu știința. Desigur că o atare reîntîlnire ar trebui să evite, cum consemnează Anderson ș.a., “coliziunea cu colosul filosofic, interpus uneori de o alegere făcută cu forța între realism și idealism, de parcă această dihotomie exclusivă ar putea să-și epuizeze posibilitățile de a interpreta experiența umană” [cf. Deely, 1997: 5]. Or, tocmai o atare coliziune va fi evitată de o semiotică în măsură să medieze un conflict milenar, care se pare totuși că și-a epuizat posibilitățile de a explica dihotomic existența.

Prin intermediul conceptului de semn, înțeles ca dualitate între un semnificant fizic (material) și un semnificat informațional (spiritual), cele două regine încoronate de Aristotel pentru a domni vreme de milenii peste regatul cunoașterii umane – fizica și metafizica, știința și filosofia –, dar pe care Kant le-a separat drastic cu peste două sute de ani în urmă urmă, s-ar regăsi din nou sub domnia uneia și aceleiași coroane: aceea a semioticii. Aceasta ar putea defini în viitor spațiul unei (re)unificate “fizici metafizice”, de care omenirea are o fundamentală nevoie pentru a trece mai bogată spiritual pragul Noului Mileniu.

Dincolo de orice metodă (metodologie) utilizată, prezenta lucrare iese în afara oricărei metode: aceasta pentru că pariul cu filosofia și întrebările ei presupune o anumită libertate de mișcare pe care numai *puterea eseului* o poate asigura. Altfel spus, lucrarea de față nu va face abstracție nici o clipă că, atunci cînd cineva se apropie de filosofie o face cu o emoție care adesea poate să inhibe prezența gîndirii raționale. Căci, așa cum amintea încă Nae Ionescu, filosofia este cu adevărat un “act de trăire”, un “act de viață”, care reduce realitatea sensibilă la nevoile subiective ale personalității umane, care deformează adesea realitatea pentru a face propriul eu să fie mai puternic, mai rezistent la șocurile realității însăși. Tocmai în această putere constă puterea intrinsecă a filosofiei.

Întreaga istorie a filosofiei probează această esențială virtute a “trăirii filosofice”. De ce trebuie însă să ne întoarcem mereu la trecut pentru a acredita un lucru care deja este un truism? De ce să pierdem atît energie “învățînd doar buchea cărții”, cînd marele privilegiu al filosofiei este în fapt “trăirea spiritului cărții”? Aceasta, să nu se înțeleagă greșit, nu este deloc o pledoarie pentru renunțarea la

stilul academic, de riguroasă învățare, la învățarea istorică sau propedeutică a filosofiei etc., fără de care fundamentele specialistului în filosofie ar lipsi. Găsim însă aici o distincție clară între filosoful propriu-zis, cel care “trăiește filosofia”, și profesorul care trăiește “din filosofie”, predând disciplinele filosofice.

Idealul pentru cei care se formează “întru filosofie” ar fi să îmbine optim spiritul analitic cu cel intuitiv, creația altora cu creativitatea proprie etc. Aceasta nu înseamnă însă nici cantonarea exclusivistă pe canalul deschiderii strict analitice, logică, sistematică, științifică etc., așa cum cei care asertează că timpul “filosofiei romantice”, intuitive, a trecut, că numai acela care stăpânește deducția strict analitică poate accede la “adevărurile absolute”, dar nici proiecția gândului numai pe suportul / semnificantul său intuitiv, emoțional, afectiv, volitiv etc.

O dată mai mult, unitatea dualității structurale a “semnului filosofic” – *coincidentia oppositorum* – stă ca temei exemplar pentru asumarea (meta)fizică a propriei noastre ființe și implicit a ființei semenului nostru, pentru asumarea întregii lumi cosmice și, în ultimă instanță, a CREAȚIEI PRIN SEMN.

Analizați cu mijloacele metodologice ale semioticii una dintre următoarele situații de comunicare (la care ați participat în mod nemijlocit), menționați în mod explicit în ce constă specificul semiozei alese și încercați să o reconsntruiți într-o variantă optimizată:

1. *Forme ale comunicării (non)verbale*, manifeste în următoarele contexte:

- grupuri de persoane care merg pe stradă; cupluri de îndrăgostiți (în diferite împrejurări); grupul de studenți în timpul orelor de curs; persoane aflate într-o sală de restaurant; la o manifestare sportivă; într-o sală de cinema, înaintea, după și la încheierea spectacolului; la un spectacol de teatru; la un concert simfonic; la un spectacol de operă; la un spectacol de varieté; la un concert de muzică pop/hard; la alte categorii de spectacole; etc.
- descrierea unor situații specifice ale vieții de familie etc.

Interpretați gesturile majore și căutați să prefigurați cât mai multe informații despre subiecții aleși, despre atitudinea lor față de situația în care se află etc.

2. *Forme ale comunicării* specifice unuia dintre următoare situații:

- spectacole de cinema, teatru; operă, concert simfonic sau de muzică ușoară, dans clasic (balet), dans modern etc.
- expoziții de pictură, prezentare modă etc.;
- conferințe, întâlniri științifice, ședințe de diferite tipuri, emisiuni de radio, TV, articole din presă etc.;
- opere literar-artistice, muzicale etc.

Pentru realizarea lucrării practice, candidații pot să propună orice alt subiect vizînd o situație de comunicare în care s-au implicat nemijlocit.

BIBLIOGRAFIE

- Aranguren Jose, *Human Communication*, World University Library, 1967.
- Augustin, *De dialectica*, Editura Humanitas, traducere, note și comentarii de Eugen Munteanu, București, 1991.
- Barthes, Roland, *Éléments de sémiologie*, în "Communications", nr. 4, 1964.
- Barthes, Roland, *Systeme de la mode*, Seuil, Paris, 1967.
- Barthes, Roland, *Romanul scriiturii. Antologie*, Editura Univers, București, 1987.
- Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *Comunicarea*, Editura Universității "Al. I. Cuza" Iași, 2000.
- Birkenbihl, Vera F., *Antrenamentul comunicării sau arta de a ne înțelege*, Gemma Press, București, 1998.
- Blackburn, Simon, *Dicționar de filosofie*, Univers Enciclopedic, București, 1999.
- Brule, Alain, *Cum dialogăm, cum convingem*, Editura Polirom, Iași, 2000.
- Bogdan-Tucicov, A., Chelcea, S., Golu, M., Golu, P., Mamali, C., Pânzaru, P, *Dicționar de psihologie socială*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1981.
- Boudon, R., Besnard, Ph., Cherkaoui, M., Lécuyer, B-P. (coordonatori), *Dicționar de sociologie*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.
- Botezatu, Petre, *Semiotică și negație, Orientare critică în logica modernă*, Junimea, Iași, 1973.
- Buzărnescu, Ștefan, *Sociologia opiniei publice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995.
- Carpov, Maria, *Introducere în semiologia literaturii*, Editura Univers, București, 1978.
- Carpov, Maria, *Captarea semnelor*, Editura Eminescu, București, 1987.
- Chețan, O., Sommer, R. (coord.), *Dicționar de filozofie*, Editura Politică, București, 1978.
- Chevalier, Jean, Gheerbrant, Alain (coordonatori), *Dicționar de simboluri (mituri, vise, obiceiuri, gesturi, forme, figuri, culori, numere)*, volumul 1, Editura Artemis, București, 1994.
- Chomsky, Noam, *Aspects of the Theory of Syntax*, Cambridge (Mass.), 1965.
- Coteanu, I., Seche, L., Seche, M. (coordonatori), *Dicționar explicativ al limbii române*, Editura Academiei, 1975.
- Deely, John, *Bazele semioticii*, Editura All, București, 1997.
- De Fleur, Melvin L., Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iași, 1999.
- De Vito, Joseph, *Human communication*, The Basic Course, Harper and Row, N.Y., 1988.
- Didier, Julia, *Dicționar de filosofie*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.
- Dinu, Mihai, *Comunicarea*, Editura Științifică, București, 1997.
- Ducrot, Oswald, Todorov, Tzvetan, *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Édition du Seuil, Paris, 1972.
- Ducrot, Oswald, Schaeffer, Jean-Marie, *Noul dicționar enciclopedic al științelor limbajului*, Editura Babel, București, 1996.
- Eco, Umberto, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano, 1972.
- Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1982.
- Eliade, Mircea, *Fragmentarium*, Editura Destin, Deva, 1990.
- Eliade, Mircea, *Misterele și inițierea orientală*, în: *Morfologia religiilor*, Jurnalul literar, București, 1993.

- Enescu, Gheorghe, *Dicționar de logică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985.
- Evseev, Ivan, *Cuvînt-simbol-mit*, Editura Facla, Timișoara, 1983.
- Flew, Antony, *Dicționar de filozofie și logică*, Humanitas, București, 1996.
- Ficeac, Bogdan, *Biografia unui sistem totalitar*, Postfață la: Wierbicki, Piotr, *Structura minciunii*, Editura Nemira, București, 1996.
- George, Sergiu Al-, *Limbă și gândire în cultura indiană. Introducere în semiologia indiană*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1976.
- Giblin, Les, *Arta dezvoltării relațiilor interumane*, Curtea Veche Publishing, București, 2000.
- Gorgos, Constantin (coordonator), *Dicționar enciclopedic de psihiatrie*, volumul 4, Editura Medicală, București, 1992.
- Greimas, A. J., *Du sens*, Paris, Seuil, 1970 (tr. rom., *Despre sens. Eseuri semiotice*, Editura Univers, București, 1975).
- Habermas, Jürgen, *Cunoaștere și comunicare*, Editura Politică, București, 1983.
- Ioan, Petru, *Curs de analiza logică a limbajului*, Universitatea "Al. I. Cuza", Iași, 1973.
- Ioan, Petru, *Adevăr și performanță. Pretexte și contexte semiotice*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1987.
- Ioan, Petru, *Educație și creație în perspectiva unei logici "situaționale"*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995.
- Ionescu, Emil, *Manual de lingvistică generală*, Editura All, București, 1993.
- Jakobson, R., *Le language en relation avec les autres syst me de communication* (1968), în: "Essais de linguistiques générale", II, Minuit, Paris, 1973.
- Ivănescu, Gheorghe, *Domeniul și limitele semanticii*, în I. Coteanu, L. Wald (coord.), *Semantică și semiotică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1981.
- Kotarbinski, Tadeusz, *Tratat despre lucrul bine făcut*, Editura Politică, București, 1976.
- Lasswell, Harold D., *The Structure and Function of Communication in Society*, în: W. Schramm, *Mass Communication*, Urbana II, University of Illinois Press, 1960. Lévy-Bruhl, Lucien, *La mentalité primitive*, Alcan, Paris, 1927a.
- Lundberg, G.A., Schrag, C.C., Larsen, O.W., *Sociology*, Free Press, New York, 1954.
- Lupașcu, Ștefan, *Logica dinamică a contradictoriului*, Editura Politică, București, 1983.
- Mc Quil, Denis, *Mass Communication Theory. An introduction*, Saga Publication, 1987.
- McQuil, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.
- Marcu, Florin, Maneca, Constant, *Dicționar de neologisme*, ediția a III-a, Editura Academiei, București, 1978.
- Marcus, Solomon (coord.), *Semnificație și comunicare în lumea contemporană*, Editura Politică, București, 1985.
- Miclău, Paul, *Semiotică lingvistică*, Editura Facla, Timișoara, 1977.
- Morris, Charles, *Foundations of the Theory of Signs*, The University of Chicago Press, 1938.
- Moscovici, Serge, *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*, Editura Universității "Al. I. Cuza", Iași, 1995.
- Mounin, Georges, *Introduction la sémiologie*, Minuit, Paris, 1970.
- Ogden, C. K., Richards, I. A., *The Meaning of Meaning. A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism*, ediția 1, London, 1923, ediția a 3-a, London, 1936.
- Oehler, Klaus, *Compendiu al semioticii lui Peirce*, în Marcus, Solomon (coord.), *Semnificație și comunicare în lumea contemporană*, Editura Politică, București, 1990.

- Pedler, Emmanuel, *Sociologie de la communication*, Nathan, Paris, 2000.
- Peirce, Charles, *Semnificație și acțiune*, antologie realizată de Delia Marga și Andrei Marga, Editura Humanitas, București, 1990.
- Popescu-Neveanu, Paul, *Dicționar de psihologie*, Editura Albatros, București, 1978.
- Plett, Heinrich, *Știința textului și analiza de text*, Editura Univers, București, 1984.
- Prieto, J., *Messages et signaux*, Paris, PUF, 1966.
- Roventă-Frumușani, Daniela, *Semiotica discursului științific*, Editura Științifică, București, 1995.
- Ruben, Brent D., *Communication and human behavior*, Macmillan Publishing Company / Collier Macmillan Publisher, New York / London, 1984.
- Rey-Debove, Josette (ed.), *Le Robert quotidien*, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1996.
- Savan, David, "Skeptics", în: Th. Sebeok (ed.), *Encyclopedic Dictionary of Semiotics*, Mouton, Berlin, 1986.
- Saussure, Ferdinand de, *Curs de lingvistică generală*, Editura Polirom, Iași, 1998.
- Schaff, Adam, *Introducere în semantică*, Editura Științifică, București, 1966.
- Selys, Gérard de (sub redacția), *Minciuni mass-media*, Editura Scripta, București, 1992.
- Sillamy, Norbert, *Dicționar de psihologie*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1966.
- Slama-Cazacu, Tatiana, *Psiholingvistica*, Editura All, București, 1999.
- Stănciulescu, Traian D., *Miturile creației – lecturi semiotice*, Editura Performantica, Iași, 1995.
- Stănciulescu, Traian D., *Valențe ale creativității limbajului*. în: Belous, V., Stănciulescu, T. D., Teodorescu, H., Ungureanu, A., *Performantica. Interferențe, sinergii, confluente*, Editura Performantica, Iași, 1996.
- Stănciulescu, Traian, *Fundamentele semioticii: o reconstrucție integratoare*, note de curs (manuscris), Universitatea "Al. I. Cuza", Iași, 1998a.
- Stănciulescu, Traian D., *Despre semnele minciunii*, Studiu introductiv la: J. A. Barnes, *Spre o sociologie a minciunii*, Institutul European, Iași, 1998b.
- Stănciulescu, Traian D., *Introducere în filosofia creației umane*, Editura Junimea, Iași, 1999.
- Stănciulescu, Traian D., *Întrebările filosofiei. Strategii metodico-semiotice de rezolvare a problemelor pentru care filosofia este piatră de încercare*, Editura Cristal-Concept, Iași, 2001.
- Szepe, Gyorgy, Voigt, Vilmos, *Alternative semiologice*, în: Marcus, Solomon (coordonator), *Semnificație și comunicare în lumea contemporană*, Editura Politică, București, 1985.
- Van Cuillenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., *Știința comunicării*, București, 1998.
- Vasiliu, Emanuel, *Elemente de filosofie a limbajului*, Editura Academiei Române, București, 1995.
- Zamfir, Cătălin, Vlăsceanu, Lazăr, *Dicționar de sociologie*, Editura Babel, București, 1993.
- Watzlawick, Paul, Beavin, Janet, Jackson, Don, *Une logique de la communication*, Editions du Seuil, Paris, 1972.
- Ziglar, Zig, Savage, Jim, *Performantdeosebite. Cum să obții și tu și ceilalți rezultate excelente*, BusinessTech International, București, 2000.
- Wald, Henri, *Homo significans*, Editura Enciclopedică Românească, 1970.
- Wald, Henri, *Dialectica simbolului*, în Coteanu, I., Wald, L. (coordonatori), *Semantică și semiotică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1981.
- Wittgenstein, Ludwig, *Tractatus logico-philosophicus*, Editura Humanitas, București, 1991.

PSIHOLOGIE SOCIALĂ

Conf. dr. Ștefan BONCU

CUPRINS

- I. Ce este psihologia socială?
- II. Aplicarea psihologiei sociale
- III. Elemente de metodologie
- IV. Conformismul
- V. Obediența
- VI. Schimbarea de atitudine
- VII. Tehnici de influență interpersonală
- VIII. Decizia colectivă
- IX. Gândirea de grup
- X. Deindividualizarea
- XI. Negocierea
- XII. Dilemele sociale
- XIII. Psihologia spațiului

Scopul unității de curs:

- Să ofere cursanților noțiuni și explicații pentru a înțelege domeniul psihologiei sociale;
- Să înfățișeze problematica aplicațiilor psihologiei sociale;
- Să familiarizeze cursanții cu metodologia din domeniul cercetării fundamentale precum și a celei aplicate;
- Să formeze capacitatea studenților de a detecta în cotidian posibilități de aplicare a psihologie sociale și a științelor sociale în general.

Obiective operaționale:

În urma studierii acestei unități de curs, studenții trebuie:

- Să cunoască principalele procese de influență socială, de grup și interpersonale;
- Să discearnă între cercetările efectuate cu scop aplicativ și cele fundamentale;
- Să definească maniera de administrare a probelor în psihologia socială;
- Să descrie mecanismele influenței în diferitele contexte sociale și să sesizeze posibilitățile de aplicare;
- Să explice specificul metodelor din psihologia socială aplicată;
- Să distingă, în ceea ce privește aplicațiile, între modelul științei naturale și modelul științei sociale;
- Să analizeze critic valoarea și limitele teoriilor asupra comportamentului social.

Evaluare

Evaluarea cursanților se va face în funcție de gradul de stăpânire a conceptelor și teoriilor prezentate în curs.

Forma de evaluare este examenul scris.

Întrebările, activitățile și temele inserate în fiecare unitate de curs pot constitui subiect de examen.

În cadrul întâlnirilor tutoriale vor fi dezbătute posibile subiecte de examen.

I. Ce este psihologia socială

1. Statutul științific al psihologie sociale

Psihologia socială a fost definită ca studiul felului în care gândurile, sentimentele și comportamentele oamenilor sunt influențate de prezența reală sau imaginată a celorlalți (definiția aparține lui Gordon Allport).

Psihologii sociali nu se interesează numai de comportamente, ci și de sentimente, gânduri, credințe, atitudini, intenții, scopuri etc. Toate acestea nu sunt direct observabile, dar pot fi inferate din comportament cu mai multă sau mai puțină certitudine. Astfel de procese non-observabile au o mare importanță, căci ele pot dirija comportamentul observabil. Cercetarea legăturii dintre atitudini și comportamente a format obiectul multor demersuri experimentale și s-a bazat tocmai pe această presupunere. Există, de asemenea, multiple antecedente ori repercusiuni ale comportamentului uman la nivelul proceselor ce se produc în creier. În special în cadrul cogniției sociale, psihologii sociali încearcă să pună în relație aspecte ale comportamentului social cu structurile și procesele cognitive.

Ceea ce face ca disciplina aceasta să fie socială este faptul că ea tratează despre felul în care indivizii umani sunt afectați de ceilalți prezenți fizic (un public într-o sală de spectacole), despre care individul își imaginează că ar fi prezenți (de pildă, anticipând evoluția sa în fața unui public) sau a căror prezență este implicată. Ultimul tip de influență este deosebit de complexă și ține de natura socială a trăirilor noastre ca ființe umane. De exemplu, gândirea se folosește de cuvinte, iar cuvintele derivă din limbaj și comunicare, ce n-ar exista în lipsa interacțiunii sociale. Astfel, gândirea însăși, o activitate interiorizată și intimă, se bazează de fapt pe prezența implicată a altora. Cei mai mulți indivizi nu aruncă hîrtii pe stradă chiar dacă nu există nimeni în preajmă și chiar dacă știu bine că nu există posibilitatea de a fi surprinși, și aceasta pentru că în comunitate s-a construit o convenție foarte puternică sau o normă socială ce condamnă astfel de comportamente. Ea implică existența altor persoane și determină comportamentul chiar și în condițiile absenței fizice a acestora.

Întrebare

Prin ce se deosebește știința de alte domenii spirituale - filosofie, artă ori religie?

Psihologia socială este o știință întrucît utilizează metoda științifică pentru a construi și testa teorii. La fel cum fizica folosește concepte ca electroni, atomi, cuante pentru a explica fenomene fizice, în câmpul psihologiei sociale au apărut concepte ca atitudine, disonanță, identitate, stereotip pentru a explica fenomenele psiho-sociale. Potrivit metodei științifice, nici o teorie nu este adevărată numai pentru că are coerență

internă și se susține din punct de vedere logic. Dimpotrivă, teoria devine validă pe baza corespondenței cu faptele. Psihologii sociali construiesc teorii din datele despre realitate și/sau din teoriile anterioare și apoi efectuează cercetări empirice în cadrul cărora sunt colectate și analizate date pentru a-și testa teoriile.

2. Psihologia socială și științele învecinate

Psihologia socială se situează la răscrucea mai multor discipline și sub-discipline. Ea este, înainte de toate, o ramură a psihologiei și în această calitate studiază comportamentul uman în termeni de procese psihice. Diferă însă de psihologia socială prin aceea că încearcă să explice comportamentul social. De exemplu, un psiholog generalist se poate interesa din procesele perceptive responsabile de supra-estimarea de către individ a mărimii monezilor, în vreme ce psihologul social, dând seama de același fenomen, va invoca faptul că monedele au valoare (un caz de prezență implicată) și că valoarea percepută poate influența judecata asupra mărimii. Multe studii de psihologie socială tratează interacțiunea față-în-față între indivizi sau între membrii aceluiași grup, în vreme ce obiectul propriu-zis al psihologiei îl constituie reacțiile indivizilor la stimuli care nu sunt neapărat sociali (forme, culori, sunete, etc.).

Întrebare

Puteți enumera câteva științe sociale? Psihologia este o știință socială?

Tratând despre grupuri, norme, limbaj, comportament intergrupuri, psihologia socială se află în strânsă legătură cu sociologia și antropologia socială. În general, sociologia caută răspunsuri la întrebări privind structura, funcționarea și modalitățile de schimbare ale grupurilor, organizațiilor, categoriilor sociale și ale societăților. Pentru sociologie, unitatea de analiză este grupul ca întreg mai degrabă decât indivizii care-l compun. Antropologia socială are apoximativ aceeași abordare, dar ea a manifestat întotdeauna interes pentru societățile “exotice” (societăți tribale ce există sau au existat în regiuni în care nu a pătruns sistemul capitalist). Pentru psihologia socială unitatea de analiză este individul ce evoluează în grup. Ea caută să explice cum interacțiunile și cognițiile sunt influențate și influențează cultura. Psihologia socială contemporană se înrudește îndeaproape cu sociolingvistica și cu studiul limbajului și al comunicării. Ea oferă suport teoretic și empiric pentru numeroase ramuri ale psihologiei, precum psihologia sportului sau psihologia organizațională.

3. Domenii ale psihologiei sociale

O manieră simplă de a defini psihologia socială este aceea de a preciza fără echivoc ce anume studiază psihologii sociali. Astfel, sfera psihologiei sociale poate fi conturată menționând conținutul principalelor manuale. O privire rapidă asupra lor ne poate forma o idee despre scopul disciplinei. Psihologii sociali studiază o gamă extrem

de largă de fenomene: persuasiunea, conformismul, puterea, influența, obediența, prejudecata, discriminarea, stereotipul, negocierea, sexismul, rasismul, grupurile mici, categoriile sociale, relațiile intergrupuri, comportamentul în condiții de densitate, conflictul social, schimbarea socială, luarea deciziilor, leadershipul, comunicarea, limbajul, atitudinile, formarea impresiei, auto-prezentarea, identitatea, emoțiile, atracția interpersonală, prietenia, dragostea, comportamentul sexual, agresivitatea, comportamentul altruist, etc. Totuși, a defini psihologia socială în funcție de fenomenele pe care le studiază nu o diferențiază suficient de alte discipline. De exemplu, relațiile între grupuri sunt cercetate nu numai în psihologia socială, dar și în sociologie și politologie. Ceea ce face ca psihologia socială să funcționeze ca o disciplină distinctă este rezultatul a ceea ce ea studiază, a manierei în care o face, precum și a nivelului de analiză la care o face.

4. Personalitate și situație

Psihologia socială este prin excelență știința determinării situaționale a comportamentului. Principiul ei fundamental enunță influența covârșitoare a contextului social asupra comportamentului. În cadrul acestei științe, tentativele de a găsi explicații pentru comportamentul social în termeni de trăsături de personalitate sunt puține. Există extrem de puțini psihologi sociali care cred că indivizii care se conformează într-o măsură mai mare normelor de grup au personalități conformiste sau că succesul marilor lideri are la bază personalitatea lor charismatică. În general, cercetătorii din perimetrul psihologiei sociale consideră astăzi personalitatea ca fiind o explicație parțială sau chiar o explicație total inadecvată pentru fenomenele sociale. Respingerea personalității ca principiu explicativ se bazează pe două argumente:

1. Există puține date care atestă trăsăturile stabile de personalitate. Indivizii se comportă în modalități diferite la momente diferite și în contexte diferite - ei sunt influențați de situație.
2. Nu numai că personalitatea, deci consistența comportamentală în contexte multiple, nu poate fi o explicație pentru comportamentul social, dar ea însăși trebuie explicată. Cum rezistă indivizii influențelor sociale și contextuale ce se execută asupra comportamentului lor?

Întrebare

Există științe care susțin determinarea preponderent personală a comportamentului social?

5. Metateorii în psihologia socială

Teoriile psihologiei sociale pot fi reunite în tipuri de teorii. La fel cum o teorie este un set de concepte și principii interconexate ce explică un fenomen, o metateorie

este un set de concepte și principii interconexate stabilind care teorie este validă și adecvată.

Behaviorismul derivă din lucrările lui Pavlov asupra reflexelor condiționate și din cele ale lui Skinner asupra condiționării operante. Behaviorismul radical consideră că orice comportament poate fi explicat și prezis în termeni de întăriri, fără recursul la vreun alt construct (de exemplu, cognitiv). Potrivit acestei paradigme de cercetare, comportamentele asociate cu urmări ori circumstanțe pozitive își măresc frecvența.

Neo-behaviorismul are astăzi mai mulți adepți. Această meta-teorie admite necesitatea invocării unor constructe non-observabile (credițe, sentimente, motive) pentru explicarea comportamentului social. Perspectiva behavioristă în psihologia socială a produs teorii ce pun accentul pe rolul factorilor situaționali și pe întărirea comportamentului social. Modelul întărire - afect al atracției interpersonale, potrivit căruia indivizii îi simpatizează pe cei pe care-i asociază cu experiențe pozitive (de exemplu, cei care-i laudă), este o astfel de teorie. În egală măsură, teoria schimbului social (conform căreia interacțiunea socială depinde de evaluările subiective asupra recompenselor și costurilor implicate) are o origine behavioristă.

Criticii behaviorismului au argumentat întotdeauna că acest curent de gândire exagerează socotindu-i pe indivizi receptori pasivi ai influențelor exterioare. Cognitivismul se opune behaviorismului susținând că indivizii interpretează informațiile din mediu și schimbă, prin acțiunile lor, acest mediu. Acțiunile lor sunt mediate de procese cognitive. Teoriile cognitiviste își au originea în psihologia formei dezvoltată de Koffka și Kohler în anii '30. Față de alte ramuri ale psihologiei, psihologia socială a adoptat foarte devreme principiile cognitiviste. Teoria câmpului a lui Lewin, ce relatează despre felul în care reprezentările asupra mediului social produc forțe motivaționale, are o esență cognitivă. În deceniul al 7-lea, psihologia socială a fost dominată de teoriile consistenței cognitive, care tratau despre contradicțiile ce pot apărea în sistemul de cunoștințe al individului și despre starea de inconfort ce-l determină pe individ să rezolve conflictul cognitiv. Anii '70 au impus atribuirea cauzală drept temă predilectă în psihologia socială. Aplecându-se asupra felului în care indivizii explică propriile comportamente, precum și comportamentele altora, teoriile atribuirii sunt cognitiviste prin excelență. În sfârșit, de prin 1980, cogniția socială a devenit perspectiva dominantă în psihologia socială. Teoriile elaborate în cadrul cogniției sociale tratează despre felul în care se desfășoară procesele cognitive și despre felul în care ele influențează comportamentul.

Temă

Alcătuți un eseu de două-trei pagini cu titlul "Behaviorismul, un curent important de gândire în secolul XX".

II. Aplicarea psihologiei sociale

1. Distincția dintre psihologia socială fundamentală și cea aplicată

Celebra definiție a lui Allport, pe care am enunțat-o mai sus, se referă la aspectul fundamental, de cercetare al disciplinei. Dar, pe lângă psihologia socială fundamentală, există o psihologie socială aplicată. Scopul psihologiei sociale fundamentale este acela de a înțelege maniera în care indivizii sunt influențați de alții. Pentru a obține această înțelegere, se fac cercetări empirice, iar rezultatele studiilor sunt integrate în teorii. Teoriile și principiile, ca și cercetările ce stau la baza lor, sunt expuse în manualele de psihologie socială. Trebuie spus că deși cercetarea fundamentală se realizează cel mai adesea în laboratoare, ea poate fi realizată și în teren. Așadar, dacă scopul este acela de a înțelege, atunci cercetarea este fundamentală.

Dar științele nu-și propun numai să înțeleagă, deci să explice lumea, ci să o și schimbe. Psihologia socială nu face excepție. Cele două scopuri și, corespondent, cele două demersuri sunt diferite: una e să înțelegi ceva și alta e să folosești în practică această înțelegere. Psihologia socială aplicată încearcă să folosească teoriile și principiile disciplinei pentru a rezolva probleme din lumea reală. Cel mai adesea, aplicațiile folosesc cunoașterea psiho-socială pentru a dezvolta intervenții menite să amelioreze funcționarea instituțiilor.

Temă

Identificați domenii ale vieții sociale în care psihologia socială ar putea fi aplicată.

Intervențiile sunt proiectate pentru a influența în mod direct comportamentul indivizilor. De pildă, ca răspuns la poluarea excesivă, s-au făcut mai multe încercări de a folosi cunoștințele de psihologie socială pentru a determina oamenii să controleze evacuarea deșeurilor de orice fel. O formă mai puțin directă de aplicare este folosirea informației psiho-sociale de către cei ce iau decizii în diferitele domenii ale vieții sociale. De pildă, decizia Curții Supreme a Statelor Unite din 1954 privind desegregarea școlilor s-a bazat în parte pe date din psihologia socială (Oskamp, 1984). În acord cu tradiția științifică a disciplinei, multe aplicații psiho-sociale sunt atent testate pe teren pentru a se stabili gradul lor de eficiență.

Distincția dintre psihologia socială fundamentală și cea aplicată nu este întotdeauna foarte clară. Există multe cercetări asupra problemelor din lumea reală, destinate să consolideze cunoașterea pe care o avem asupra acestor probleme, dar care nu indică în mod necesar soluții. De pildă, studiile asupra impactului imaginilor filmate

violente asupra agresivității copiilor. În măsura în care a înțelege o problemă poate fi primul pas spre descoperirea soluțiilor, unii cercetători sunt înclinați să privească astfel de studii ca aparținând psihologiei sociale aplicate. Alții, dimpotrivă, rezervă termenul de aplicat numai rezolvării propriu-zise a problemelor sociale (Sadava, 1997).

Deși faptul de a gândi activitatea psihologilor sociali ca fundamentală ori aplicată ne ajută să stabilim cu precizie scopurile demersurilor științifice, această distincție nu trebuie dusă prea departe. Morton Deutsch a avertizat că focalizarea exclusivă asupra unui aspect al psihologiei sociale și ignorarea celuilalt sunt contraproductive. Considerând un proiect în mod strict cercetare fundamentală putem rata implicațiile lui aplicative și concentrându-ne numai asupra rezolvării problemelor din lumea reală putem trece peste potențialele contribuții teoretice. Un studiu de laborator ce pare foarte depărtat de lumea reală poate să pună în evidență un principiu de comportament cu ajutorul căruia va fi rezolvată o problemă, iar o cercetare desfășurată în vederea rezolvării unei probleme poate să facă lumină asupra unei chestiuni teoretice.

2. Perspectiva istorică

În comparație cu istoria altor discipline științifice, istoria psihologiei sociale este foarte scurtă. Primul experiment de psihologie socială a avut loc în 1897, dar mulți cercetători consideră că psihologia socială științifică începe odată cu Floyd Allport (ce-și publică lucrările între 1915 și 1935, sau chiar cu Kurt Lewin (foarte activ în deceniile al 4-lea și al 5-lea).

Lewin a promovat atât psihologia socială fundamenatlă, cât și pe cea aplicată. Cercetările lui au fost în egală măsură teoretice și practice. Cea mai citată frază a lui este: “Nu există nimic mai practic decât o bună teorie”. Menținând un angajament ferm pentru metoda științifică, el a insistat pentru inițierea și desfășurarea de cercetări în vederea ameliorării condițiilor de viață.

Dat fiind că psihologia socială a manifestat la început o puternică înclinație către aplicații, este suprinzător că după moartea lui Lewin în 1947 psihologii sociali au abandonat treptat rezolvarea problemelor din lumea reală. Ei s-au concentrat aproape exclusiv asupra cercetării de laborator, dezvoltând și testând teorii. Așadar, după Lewin psihologia socială fundamentală se dezvoltă vertiginos, iar cea aplicată rămâne în urmă. Preocuparea aproape exclusivă pentru cercetarea fundamentală se explică prin necesitatea de a câștiga credibilitate pentru tânăra disciplină. În timp ce aplicațiile presupun muncă de teren și judecăți de valoare, cercetarea fundamentală în laborator permite un control foarte strict asupra variabilelor. În felul acesta, psihologii sociali au ignorat implicațiile sociale ale muncii lor.

La sfârșitul anilor '60, în psihologia socială s-a declanșat o criză puternică. În această perioadă s-a pus la îndoială însuși statutul științific al disciplinei. Mulți cercetători se întrebau dacă înclinația pentru înșelarea ingenioasă a subiecților nu descalifică psihologia socială, făcând din ea un joc mai curând decât o știință. Tot acum,

psihologii sociali s-au întrebat dacă fenomenele observate în mediul de laborator au vreo relevanță pentru lumea reală. La sfârșitul anilor '70, chestiunea relevanței sociale a cercetărilor i-a făcut să iasă din laborator și să realizeze tot mai multe cercetări în mediile sociale reale. Inițial, tendința către cercetarea de teren nu a fost, de fapt, o întoarcere la aplicații, ci o modalitate de a testa teoriile din psihologia socială fundamentală în medii sociale reale. Totuși, succesul studiilor realizate în mediul social real și ameliorarea metodelor de cercetare în teren au pregătit dezvoltarea psihologiei sociale aplicate.

Întrebare

În ce domenii ar avea nevoie, în mod prioritar, societatea românească de astăzi de intervenții psiho-sociale?

3. Modelul Științei Naturale (MȘN)

Apărând proprietatea psihologiei sociale experimentale de a fi generalizabilă, Stuart Oskamp (1984) vede psihologia socială aplicată ca o formă de inginerie socială: "Psihologia socială aplicată nu poate uzurpa rolul politicii, ci se subordonează în mod inevitabil acesteia în termeni de obiective fezabile. Această subordonare presupune, e de la sine înțeles, ca scopurile politice și sociale să fie explicite și acceptabile. Funcția acestui domeniu este să optimizeze instituțiile și practicile sociale folosind teoriile psiho-sociale" (Turner, 1984, p. 31). Cu alte cuvinte, psihologia socială ia obiectivele sociale și politice ca date, deci le acceptă fără să se pronunțe în vreun fel asupra lor și, în virtutea expertizei de care dispun, psihologii sociali critică practicile prin care instituțiile și reprezentanții lor în societate încearcă să implementeze aceste obiective. În esență, psihologii sociali sunt consultanți tehnici.

Așadar, modelul științei naturale afirmă că practicile prin care scopurile instituționale sunt trasate în practică, și nu scopurile însele, pot fi contestate de psihologii sociali ca fiind ineficiente sau inadecvate. Modificările propuse de psihologii sociali pot fi acceptate sau nu. Canter (1982), de pildă, a subliniat rolul de consultant tehnic al psihologului social pe lângă arhitecți.

În modelul științei naturale, psihologia socială aplicată este net diferită de cea fundamentală. MȘN este un model la care aderă mulți psihologi sociali contemporani și care se află la baza multor cercetări contemporane îndreptate către soluționarea unor probleme sociale specifice. În astfel de cercetări, un obiectiv (de pildă, a face propaganda anti-tabac mai eficientă) este urmărit cerându-se psihologilor sociali să sugereze strategii adecvate (de pildă, să colaboreze la turnarea filmelor publicitare implicând teoriile din domeniul schimbării de atitudine). În acest caz, psihologul social acționează ca un consultant al grupurilor, organizațiilor și instituțiilor. Un astfel de rol are și aspecte negative: de pildă, psihologul social aplicat trebuie în mod frecvent să accepte definiții eronate ale problemelor.

Raven și Haley (1982) au fost solicitați să rezolve problema infecțiilor pe care pacienții le contractează în spitale (așa numitele infecții nosocomice, de la cuvântul

grecesc nosokomas, ce are sensul de spital), o problemă deosebit de gravă: în 1981, în Statele Unite, se estimase că 1,6 milioane de persoane dobândiseră astfel de infecții, din care 15000 muriseră. Sarcina celor doi psihologi sociali era de a întări eficiența ofițerilor de control al infecțiilor, personal nou introdus în spitale ce se ocupa cu implementarea neabătută a regulilor de igienă. Problema prezentată lui Raven și Haley era una de obediență: cum pot ofițerii însărcinați cu controlul infecțiilor să determine surorile medicale, infirmierii și medicii să se supună strict regulilor formale. Cei doi au descoperit însă foarte repede că în spitale relațiile ierarhice nu erau stabilite adecvat: surorile medicale nu erau dispuse să dea curs oricăror comenzi ale medicilor. În aceste condiții Raven și Haley au redefinit problema, hotărând că trebuie acționat asupra relațiilor de rol în general și nu asupra calităților persuasive ale ofițerilor de control al infecțiilor. Soluția la problema infecțiilor dobândite în spitale era, de fapt, schimbarea structurii relațiilor de rol.

Așadar, MȘN nu permite psihologiei sociale să contribuie la analiza problemelor sociale. Psihologii sociali au dreptul să aprecieze critic performanța instituțiilor – ca cele din domeniul sănătății și justiției – și să stabilească problemele asupra cărora merită să se concentreze. În plus, prin faptul că nu caută în mod activ probleme ce trebuie rezolvate și care ar putea să le ghideze interesele teoretice, psihologii sociali nu ajung să consolideze capacitatea societății de a face față schimbării.

4. Modelul Științei Sociale (MȘS)

Există, de fapt, tot mai mulți psihologi sociali care atribuie aplicațiilor un rol mai important atât în dezvoltarea teoriei din psihologia socială cât și în aportul psihologiei sociale la teoria și cercetarea din alte discipline sociale. Cei ce adoptă modelul științei sociale argumentează că psihologia socială oferă o perspectivă indispensabilă pentru înțelegerea societății și a instituțiilor sale. Rolul psihologiei sociale aplicate nu este, de aceea, limitat la a da sfaturi pentru ca alții, politicieni, manageri, medici, etc să-și îndeplinească sarcinile profesionale cu mai multă eficiență. Mai curând, psihologului social i se cere să lucreze în colaborare cu cercetătorii din alte științe sociale pentru a asigura o înțelegere complexă asupra funcționării instituțiilor sociale. Nu putem, de pildă, aprecia semnificația statisticilor criminalității fără a cunoaște percepțiile actorilor implicați – agresori și victime.

În MȘS, psihologia socială apare ca o disciplină ce reacționează imediat la problemele sociale, dezvoltând teorii capabile să pună în evidență dimensiuni inedite ale problemelor sociale în cauză. Aceasta a fost motivația ce a stat la baza multora din descoperirile importante ale disciplinei, ca ostilitatea intergrupuri sau complezența la ordinele autorității.

Temă

Comparați cele două modele de aplicare a psihologiei sociale din punctul de vedere al eficienței intervențiilor.

III. Elemente de metodologie

1. Psihologie socială aplicată și metodologie

În anii '50 și '60, psihologii sociali au perfecționat metodele de cercetare în vederea dezvoltării științei fundamentale. Într-un studiu experimental tipic, subiecții, de obicei studenți, vin la laborator și sunt repartizați la întâmplare în diferitele condiții experimentale. Fără să dezvăluie adevăratul scop al studiului, experimentatorul manipulează o variabilă independentă (de pildă, frustrare și non-frustrare) și măsoară o variabilă dependentă (de pildă, agresivitatea) în timp ce controlează variabilele parazite (de exemplu, temperatura camerei). Scopul acestei proceduri este de a izola influența variabilei independente (în măsura în care această influență există) asupra variabilei dependente. Într-un experiment bine controlat, un efect sistematic (de pildă, subiecții din condiția “frustrare” se comportă mai agresiv decât cei din condiția non-frustrare) poate fi atribuit influenței cauzale a variabilei independente. Explicațiile alternative pentru acest efect nu pot fi susținute. Repartizarea randomizată a subiecților pe condiții descalifică explicațiile bazate pe caracteristicile personale ale subiecților (de pildă, dacă nu s-ar face repartizarea la întâmplare, s-ar putea spune că subiecții din condiția “frustrare” sunt mai înclinați spre acte violente din naștere). Controlul asupra variabilelor externe face improbabilă producerea efectului de către un alt factor (de pildă, temperatura camerei). Avându-se în vedere că subiecții ignoră adevăratul scop al studiului, nu se poate afirma că efectul observat ar putea fi doar rezultatul reacției subiecților la ipoteză (motivația de a ajuta experimentatorul să-și confirme ipoteza). Experimentul de laborator desfășurat cu înșelarea subiecților reprezintă un instrument valoros pentru descoperirea principiilor comportamentului (vezi, pentru metodologia psihologiei sociale, Chelcea, 2001; Curelaru, 2003).

Întrebare

Cum apreciați faptul că subiecții sunt aproape întotdeauna păcăliți în experimentele de psihologie?

În general, controlul experimental devine mult mai dificil în aprecierea eficienței aplicațiilor psiho-sociale. Dacă participanții la o cercetare de laborator sunt ușor de repartizat în grupurile experimentale, operațiile de repartizare în condiții experimentale și de manipulare devin mult mai dificile în mediul social real. O altă problemă este că intervențiile și cercetările aplicate se desfășoară în condiții reale, unde evenimentele apar spontan, încât cercetătorilor le vine foarte greu să controleze variabilele ce pot influența variabila dependentă. În sfârșit, dacă în cercetarea fundamentală variabila

independentă e simplă și, de aceea, conduce la concluzii clare asupra efectului, în cercetarea aplicată variabila independentă este adesea foarte complexă. Pentru acest motiv, e greu de spus care parte sau părți ale ei sunt suficiente pentru a produce efectul.

Date fiind deficiențele ce apar în controlul experimental când se trece de la cercetarea fundamentală la cea aplicată, putem înțelege ezitățile psihologilor sociali de a se implica în demersuri de psihologie socială aplicată. Totuși, există și motive de a avea încredere în rezultatele unei cercetări aplicate. În primul rând, ea are o valoare socială deosebită. În afara cazurilor când variabilele parazite necontrolate se schimbă în mod sistematic odată cu variabila independentă, ele reduc probabilitatea de a demonstra că o variabilă independentă are un efect causal asupra variabilei dependente. De aceea, a demonstra eficiența unei intervenții într-un context necontrolat din lumea reală poate să confirme puterea variabilei independente. În plus, tehnicile cvasi-experimentale, ce permit concluzii cauzale, pot fi folosite în demersurile de teren când nu se poate asigura controlul experimental (Chelcea, 2001).

2. Evaluarea programelor

Evaluarea programelor este o știință independentă, ce face parte din grupul științelor sociale, ca și sociologia sau antropologia, de pildă. Ea a apărut în anii '60, în Statele Unite, ca urmare a înmulțirii programelor sociale în domeniile calității vieții, sănătății, educației, locuinței etc. Evaluarea programelor îngăduia agențiilor finanțatoare, cele mai multe guvernamentale, să verifice eficiența alocării fondurilor, iar managerilor de programe le îngăduia să dovedească faptul că programele lor își atinseseră scopurile la costuri rezonabile.

Programul poate fi definit ca “un set de activități ce au ca principal obiectiv producerea unei schimbări la cei ce vor beneficia de program sau în mediul acestora” (Pancer, 1997, p. 49). Caracteristica principală a unui program o reprezintă, prin urmare, schimbarea socială.

În funcție de schimbările pe care și le propun, programele sunt extrem de diverse. Unele ținesc să rezolve probleme legate de criminalitate, accidente rutiere, asistența socială a vârstei a III-a, corupție, evaziune fiscală, alcoolism, relații tensionate între grupurile etnice ori rasiale, fumat, consum de droguri, violența în școală etc. Altele vizează să consolideze satisfacția muncii, bunăstarea, fericirea, stima de sine etc. Cei ce realizează evaluarea programelor privesc astfel de schimbări ca rezultate ale programelor.

Iată o definiție a evaluării programelor: “Aplicarea unei game largi de metode de cercetare socială pentru a aprecia nevoia de programe sociale, modul în care astfel de programe sunt proiectate și implementate și eficiența lor în a produce schimbările dorite la un cost rezonabil” (Pancer, 1994, p. 49).

Fiecărui stadiu de dezvoltare a unui program îi corespunde un tip de evaluare. În primul stadiu se face o evaluare a nevoilor comunității (potențialilor beneficiari). În stadiul de proiectare a programului, se poate face o evaluare a adecvării (se urmărește, în acest caz, ca scopurile programului să fie clare, specifice și măsurabile, ca activitățile

să fie coerente și bine articulate și ca argumentarea legăturii cazale dintre activități și scopuri să fie solidă). În stadiul de implementare se poate realiza o evaluare a procesului (dacă odată pus în aplicare programul operează așa cum a fost planificat). În sfârșit, în etapa finală, aceea în care programul produce rezultate, se fac două tipuri de evaluări: o evaluare a rezultatelor propriu-zise (are programul efectele scontate?) și o evaluare cost-beneficiu (rezultatele au fost produse la costurile planificate?).

Cele mai importante evaluări sunt cele ce privesc nevoile comunității și rezultatele. Pentru a realiza ultimul tip de evaluare se folosește, de multe ori, cvasi-experimentul.

Întrebare

Ce programe pot fi propuse în domeniul prevenirii bolilor coronariene? Dar în ceea ce privește șofatul sub influența alcoolului?

3. Cvasi-experimentul

În multe contexte de teren, mai cu seamă când facem evaluarea unor programe de intervenție, nu avem posibilitatea de a repartiza participanții la întâmplare în grupuri. Vom utiliza, de aceea, un cvasi-experiment, care însă poate avea o validitate internă îndoielnică. Cvasi-experimentele au variabile independente și variabile dependente, dar nu folosesc repartizarea randomizată a participanților pe niveluri ale variabilei independente (pe grupuri experimentale). În cadrul cvasi-experimentului, se compară grupuri non-echivalente și acestea pot să difere între ele nu numai prin expunerea la valori diferite ale variabilei independente, dar și prin alte variabile.

De pildă, un cercetător din domeniul științelor educației își propune să determine dacă recapitularea la finalul fiecărui curs ameliorează performanța studenților. Știm că în modelul clasic al experimentului, trebuie să folosim cel puțin două niveluri ale variabilei independente – de exemplu, cu recapitulare și fără recapitulare. Din păcate, cercetătorul nu poate repartiza studenții la întâmplare și va profita de o repartizare deja existentă – de pildă, va compara o grupă de psihologie din anul III cu o grupă de sociologie din anul III. Evident, între membrii celor două grupuri există diferențe: se pot găsi dimensiuni care să afecteze performanța independent de tratamentul experimental.

a. Planul cu un singur grup și cu post-test. Constă în expunerea unui grup la o valoare a variabilei independente și apoi măsurarea variabilei dependente.

De exemplu, să presupunem că un canal de televiziune difuzează o emisiune despre Holocaust și că suntem interesați în impactul acesteia asupra populației. Considerăm că difuzarea emisiunii a fost tratamentul experimental și încercăm să măsurăm impactul variabilei independente: trimitem chestionare unui eșantion de subiecți. Constatăm, astfel, că 76% știu ce s-a întâmplat în timpul regimului hiterist. Dar ne putem pune întrebarea dacă emisiunea a amplificat sau a diminuat conștiința populației asupra Holocaustului. Dacă nu avem un pretest sau un alt grup neexpus la emisiune, e greu de răspuns. Într-un fel, acest plan se apropie de studiul de caz.

b. Planul cu pretest și cu grupuri non-echivalente. Prin non-echivalent, înțelegem faptul că al doilea grup a fost ales printr-un mecanism de selecție diferit în raport cu grupul expus la tratament.

În exemplul cu Holocaustul, descoperim că în mediul rural nu s-a difuzat emisiunea. Selectăm un grup de subiecți din mediul rural și îi comparăm cu grupul expus la tratament.

În acest plan, orice diferență dintre grupuri se poate datora tratamentului, dar și diferențelor de selecție între grupuri. Cu cât grupurile sunt mai echivalente, cu atât concluzia este mai validă.

c. Planul cu un grup, cu pretest și posttest. Acest plan este extrem de răspândit în studiile aplicate de teren. El reprezintă un progres în raport cu planurile anterioare. Aceeași participanți sunt selectați pentru ambele observații. Totuși, apar și aici factori perturbatori.

În exemplul cu Holocaustul, dacă trimitem chestionare înainte de difuzarea emisiunii, ele vor influența subiecții. Posttestul ar putea măsura efectul pretestului. Dacă decidem să facem pretestul cu mult timp înainte (de exemplu, cu un an), apar alte probleme. S-ar putea produce, în acest răstimp, evenimente parazite care să influențeze atitudinile populației față de Holocaust – prinderea și judecarea unui criminal de război sau difuzarea de către alt canal a unor emisiuni asemănătoare.

d. Planul cu un grup de control non-echivalent, cu pretest și posttest. Grupul de control nu este echivalent și nu este expus tratamentului. Ambelor grupuri li se aplică pre- și post-testări. Acest plan este extrem de răspândit în studiile de teren din științele sociale, căci permite anihilarea unora din factorii ce amenință validitatea internă.

Dacă există scoruri apropiate la pretest, înseamnă că grupurile sunt relativ apropiate. Dacă pretestul și posttestul grupului de control sunt echivalente, atunci este posibil să nu fi intervenit maturizarea și evenimentele parazite. Efectele testării sunt și ele anihilate, căci ambele grupuri primesc aceleași testări.

e. Planul cu observații multiple înainte și după tratament este reprezentativ pentru a doua clasă de planuri cvasi-experimentale. În acest caz, un singur grup este observat de mai multe ori înainte de aplicarea tratamentului experimental și de mai multe ori după.

Un astfel de plan surprinde schimbarea permanentă, în măsura în care aceasta există. De pildă, dacă dorim să introducem o nouă grilă de salarizare și imediat după introducerea ei observăm o creștere cu 10 % care se menține, putem avea încredere că această creștere se datorează noii grile. Desigur, există posibilitatea ca un eveniment parazit să fi coincis cu intervenția noastră (introducerea grilei) și el să producă acest efect. Nu avem, trebuie să admitem, un control deplin. În acest plan, relația subiecților nu introduce distorsiuni, căci avem de-a face cu același grup.

O variantă care întărește considerabil validitatea internă a acestui plan este introducerea unui grup de control – un al doilea grup, non-echivalent, este măsurat la

aceleași intervale, dar nu i se aplică nici un tratament. Grupul de control ne ajută să detectăm efectele evenimentelor parazite.

Discuția asupra cvasi-experimentului este oarecum descurajatoare – atunci când facem cercetări de teren sau când explorăm rezultatele unor aplicații, apar probleme ce par insurmontabile. Nici unul din planurile prezentate nu elimină total factorii paraziți. Totuși, cvasi-experimentele sunt instrumente indispensabile pentru psihologii interesați în chestiunile aplicate, evaluarea clinică, evaluarea programelor educaționale sau a altor programe de intervenție în social.

Întrebare

Poate fi utilizat cvasi-experimentul pentru evaluarea unui program ce țintește ameliorarea sănătății prin exerciții fizice? Argumentați-vă răspunsul.

4. Etica aplicațiilor

Cercetarea fundamentală din psihologia socială a fost criticată pentru folosirea tehnicilor de înșelare a subiecților. Unii critici sunt de părere că subiecții ar trebui informați complet asupra scopului și procedurilor experimentului înainte de a-și da consimțământul pentru participare. Fără acest consimțământ în cunoștință de cauză, subiectul este implicat într-o situație pe care el ar fi ocolit-o. Evident, faptul de a oferi informații complete la începutul experimentului are implicații drastice asupra rezultatelor – subiecții nu vor mai reacționa spontan la manipulările experimentatorului.

Consecințele aplicațiilor psihologiei sociale pot fi foarte însemnate și de aceea preocupările etice în acest domeniu sunt cel puțin la fel de importante ca și în psihologia socială fundamentală. Dacă în cercetările de psihologie socială fundamentală se induc schimbări de scurtă durată în comportamentul indivizilor (manipulările nu sunt decât schimbări comportamentale induse de experimentator), scopul principal al aplicațiilor este acela de a produce schimbări permanente. De pildă, ar fi inutil să determinăm un subiect să se lase de fumat o zi – scopul unui asemenea demers este de obicei mult mai ambițios. Există critici ai psihologiei sociale aplicate care privesc aceste influențe pe termen lung ca manipulări nejustificate și incorecte ale comportamentului indivizilor. E dificil și uneori periculos de stabilit ce anume e bine pentru alții. Totuși, a abandona aplicațiile ar constitui probabil un rău și mai mare: ar însemna să renunțăm să-i ajutăm pe oameni în condițiile în care avem toate mijloacele să o facem. Pentru a se evita reproșurile de încălcare a eticii, e nevoie ca orice demers de aplicare să fie evaluat mai înainte de a demara de o comisie de experți.

Temă

Alcătuiește un proiect de program de intervenție în domeniul asistenței sociale a vârstei a III-a. Arătați cum poate fi evaluat.

IV. Conformismul

1. Conformismul, principala formă de influență socială

Procesul prin care grupul exercită presiuni asupra membrilor să respecte normele de grup constituie procesul de conformism. Conformismul corespunde unei situații în care interacțiunea unui individ cu un grup dă naștere unor presiuni ce se exercită asupra individului spre a judeca sau acționa în concordanță cu grupul. Desigur, simplul fapt de a face același lucru pe care-l fac și ceilalți nu reprezintă un comportament conformist. Multe conduite care par conformiste reprezintă de fapt manifestări ale unor uniformități naturale, determinate de stimuli fizici.

Exemplu

Faptul că toată lumea poartă haine groase iarna nu constituie conformism. La fel, faptul că majoritatea oamenilor beau cafea dimineața se explică prin necesitățile fiecăruia și prin obișnuință, iar nu prin influența grupului.

Totuși, este în afară de orice îndoială că indivizii desfășoară comportamente ca răspuns direct la demersurile de influențare ale altora. Conformismul constituie adesea produsul dorinței de a fi în mod manifest de acord cu grupul, căci a nu fi “în rând” cu grupul poate implica pierderea statusului sau identificarea ca anormal. Faptul de a fi diferit de ceilalți din grup are serioase consecințe pentru recepționarea recompenselor sau pedepselor. De aceea, există motive pentru care oamenii se supun presiunilor exercitate de grup chiar și atunci când lumea fizică prezintă alternative clare și non-ambigue.

Activitate

Descrieți o situație în care v-ați declarat de acord cu grupul din care faceți parte, deși nu împărtășați întrutotul opinia susținută de grup.

Experiment

Experimentul lui Asch asupra conformismului este, probabil, cel mai cunoscut experiment din psihologia socială. Asch a lucrat cu judecăți perceptivă și a folosit subiecți complici. Stimulul se prezintă sub forma a trei linii verticale, din care una este egală ca lungime cu o linie etalon. Subiectul este introdus într-un grup de complici și i se cere ca, atunci când îi vine rândul, să aprecieze care din cele trei linii corespunde ca mărime segmentului etalon. În total au loc 18 încercări, iar complicitățile furnizează aprecieri eronate începând cu cea de-a șasea. Deși sarcina este cât se poate de simplă și

de clară (în grupul de control se observă 0,68 % de răspunsuri greșite), grupul izbutește să deformeze judecățile indivizilor - 32 % din răspunsurile acestora se dovedesc eronate. În medie, cei din grupul de control (în care indivizii emiteau judecăți fără a fi supuși influenței grupului) au comis 0,08 greșeli, față de 3,84 greșeli ale celor din grupul experimental (Asch, 1951).

Una din primele preocupări ale lui Asch (1951) a fost aceea de a verifica efectul mărimii grupului asupra cuantumului influenței. Astfel, el a variat talia grupului, făcând ca subiectul naiv să se confrunte cu 1, 2, 3, 4, 8 sau 15 complici. Rezultatele lui, ca și rezultatele celor mai multe din studiile ulterioare arată că răspunsurile eronate ale subiecților se înmulțesc de la 1 la 4 membri ai grupului ce exercită influență, pentru ca apoi să rămână constante. În paradigma Asch, o majoritate de 4 exercită aproximativ aceeași influență ca și una de 15.

Unanimitatea grupului reprezintă o condiție esențială a succesului demersului lui. Asch însuși a determinat o scădere absolut semnificativă a cuantumului influenței (de la 33 % la 5,5 %) prin introducerea unui complice instruit să dea de fiecare dată răspunsul corect. “Suportul social”, cum s-a numit complicele ce “sparge” consensul majoritar, se dovedește eficient chiar și atunci când răspunsurile sale, deși diferite, sunt la fel de eronate ca și cele ale grupului. Asch a pus efectul pe seama dispariției fricii de costurile sociale ale devianței. Această linie de cercetare a fost continuată în special de Vernon Allen. S-a constatat, de pildă, că este de ajuns ca un membru al majorității să se abțină pentru ca influența să scadă sau că sunt suficiente în sarcina de tip Asch fie și răspunsurile unui complice total incompetent - purtând ochelari cu multe dioptrii. Aceste date au permis concluzia că devianța în sine conduce la slăbirea presiunii normative și deci a conformismului.

Activitate

Încercați să explicați perpetuarea dictaturii comuniste în România plecând de la ideea că unanimitatea este esențială în conformism.

2. Bazele influenței majoritare

În cadrul paradigmei clasice, efectele conformismului au fost explicate prin influența informațională și influența normativă. În ceea ce privește primul tip de influență, se cuvine precizat că indivizii au nevoie de informații furnizate de ceilalți pentru a-și făuri și stabiliza opiniile și atitudinile despre realitatea socială. Prin urmare, din acest punct de vedere, conformismul se bazează pe incertitudinea individului cu privire la realitatea socială și pe dorința lui de consens.

În mod tradițional, influența informațională a fost pusă în legătură cu nevoia indivizilor de a avea opinii “corecte” din punct de vedere social. Teoria comparării sociale a lui Festinger (1954) reprezintă prima și cea mai cunoscută tentativă de a explica maniera în care indivizii adună garanții de corectitudine pentru opiniile lor. De fapt, o definiție evidentă a ceea ce este “corect” într-o anumită situație o găsim în

comportamentul celorlalți. Totuși, ceilalți nu fac eforturi să ne indice în mod explicit ceea ce cred ei că este corect și, de multe ori, nici nu sunt conștienți că ne raportăm la ei ca surse ale adevărului.

Ilustrare

Soții Kiesler, autorii unei cărți esențiale despre conformism, istorisesc o întâmplare amuzantă care ilustrează acest fapt. Un domn este invitat să ia ceaiul la Casa Albă. El este foarte emoționat și neliniștit, din cauză că nu prea știe cum să se poarte. Se hotărăște, de aceea, să-l urmărească pe președinte și să facă exact ce face acesta. Președintele toarnă lapte în ceai, eroul nostru face același lucru. Președintele pune zahăr, invitatul de asemenea. Președintele varsă ceaiul din cană în farfurioară. Deși uluit, invitatul procedează la fel, de teamă să nu facă notă discordantă. Apoi președintele așează farfurioara pe podea pentru câinele său (Kiesler și Kiesler, 1969).

Într-un articol rămas clasic, din 1955, M. Deutsch și H. Gerard, bazându-se pe concluziile lui Asch, au arătat că dependența individului de grup nu este numai informațională, dar și normativă. Distincția se fundamentează pe observația că membrii unui grup își transmit argumente și dovezi referitoare la natura stimulului, dar și expectanțe cu privire la comportamentul adecvat în grup. Influența normativă se bazează pe puterea grupului (capacitatea de a respinge și pedepsi), în vreme ce influența informațională are la bază încrederea în opinia de grup. Influența normativă se referă la influența cauzată de recompensele și pedepsele controlate de grup, în timp ce influența informațională se află în legătură cu tendința indivizilor de a se încrede în definițiile realității sociale furnizate de grup, mai ales în cele bazate pe consens.

Activitate

Argumentați în favoarea caracterului predominant normativ al influenței în experimentul lui Asch.

Acceptarea influenței altor membri ai grupului de teama pierderii statusului în grup pare mai aproape de definiția conformismului decât faptul de a se încrede în alții în situații ambigue. Totuși, distincția dintre nevoia de status și nevoia de informație este una deosebit de însemnată. Influența socială depinde fie de dorința individului de a-și menține și ameliora statusul, fie de utilitatea și relevanța informației despre el însuși și despre lumea socială și fizică, pe care alții o pot furniza. În situațiile de influență normativă persoana se raportează la ceilalți ca potențiale surse de recompense sau pedepse. În cele de influență informațională, ea acceptă opinia altora pentru că îi consideră surse stabile de informație ce o ajută să evalueze evenimentele din mediu.

Temă

Identificați contexte în care conformismul are un caracter nociv pentru individ și pentru grup.

V. Obediența

1. Obediența – influența autorităților

Situațiile de obediență sunt situații în care schimbarea în comportamentul țintei survine ca urmare a unui ordin venit din partea unei surse de influență înzestrată cu autoritate legitimă. Ca atare, diferența de statut dintre cele două entități devine un factor ce afectează în mod decisiv cuantumul de influență obținut. În relația de obediență dorința sursei de a influența comportamentul țintei este evidentă, resimțită ca atare de aceasta din urmă.

Activitate

Dați exemple de surse ce pot induce obediență.

Cercetările lui Stanley Milgram asupra obedienței au avut un ecou cu totul neobișnuit în lumea științifică. În studiile sale, figura autoritară este reprezentată de experimentator.

Întrebare

În ce sens poate constitui experimentatorul o autoritate? Considerați că el poate funcționa ca autoritate în afara laboratorului?

Experiment

Subiecții lui Milgram au fost recrutați printr-un anunț în ziarul local din New Haven. Anunțul preciza că fiecare participant va primi 4 dolari (ceea ce reprezenta plata îndestuitoare pentru o oră de lucru) și 50 de cenți pentru transport. Se menționa că e necesar ca subiecții să fie bărbați și să aibă vârsta cuprinsă între 20 și 50 de ani. Profesiunile subiecților au fost din cele mai diverse, de la muncitori la funcționari și de la vânzători la oameni de afaceri.

Sosind la laborator, subiectul întâlnește un bărbat corpulent de 50 de ani, cu o înfățișare de funcționar de nivel mediu (de fapt, un complice al experimentatorului), care-i mărturisește că și el a venit pentru a lua parte la experiment. Amândoi sunt întâmpinați de experimentator – Milgram a preferat să observe totul din spatele pereților ogilindă, încât rolul experimentatorului l-a jucat un profesor de biologie de 31 de ani. Cu o înfățișare întrucâtva severă, îmbrăcat într-un halat gri și purtând cravată, acesta a păstrat mereu o atitudine impasibilă. Experimentatorul le plătea celor doi, precizându-le că orice s-ar întâmpla în experiment, banii le aparțin. Le explica apoi că cercetarea sa

poartă asupra influenței pedepsei asupra învățării. Pentru buna desfășurare a experimentului, unul din cei doi trebuia să joace rolul profesorului, iar ceălalt al elevului. Prin trucarea unei trageri la sorți, subiectul naiv ajungea întotdeauna să joace rolul profesorului. Elevul era așezat într-un scaun electric într-o încăpere alăturată. În timp ce i se legau electrozii sub privirile subiectului, bărbatul corpulent mășturișește că n-a mai primit niciodată șocuri electrice. Experimentatorul îl liniștește, spunându-i: “Deși șocurile pot fi foarte dureroase, nu vă vor provoca răni grave”.

Întors în laborator împreună cu experimentatorul, “profesorul” primea instrucțiunile pentru conduita sa din timpul experimentului de învățare. I se prezenta generatorul de șocuri electrice, prevăzut cu 30 de comutatoare. Fiecare comutator era etichetat cu un voltaj de la 15 la 450 de volți, cu o creștere de 15 volți de la un comutator la altul, de la stânga la dreapta. În afară de aceste etichete, existau alte nouă, din care primele șapte priveau grupuri de câte patru comutatoare: șoc ușor, șoc moderat, șoc puternic, șoc foarte puternic, șoc intens, șoc extrem de intens, pericol: șoc sever. Ultimele două comutatoare erau marcate fiecare cu însemnul XXX.

Elevul trebuia să învețe perechi de cuvinte. Subiectul naiv sau profesorul citea o listă de cuvinte-perechi, după care rostea primul termen al unei perechi, urmat de alte patru cuvinte. Sarcina elevului era de a stabili care din cele patru cuvinte era perechea termenului enunțat. Aflat în camera alăturată și neputând comunica verbal, elevul își transmitea răspunsul prin apăsarea unuia din cele patru butoane de pe pupitrul din fața sa. Prin acționarea acestor butoane, se apindeau becuri corespunzătoare deasupra generatorului de curent, încât profesorul lua cunoștință de răspunsul elevului. Potrivit instrucțiunilor, la fiecare nouă greșeală a elevului, profesorul urma să aplice un șoc electric superior ca intensitate. Înainte ca ședința de învățare să înceapă, pentru a mări credibilitatea montajului experimental, subiectului naiv i se aplica un șoc electric de 45 de volți. Astfel, subiecții nu puteau bănuși că mașina din fața lor era doar o simulare a generatorului de șocuri.

În privința feedbackului elevului, acesta furnizează aproximativ trei răspunsuri greșite la unul corect. În acest experiment, subiectul nu are posibilitatea să audă nici un protest al victimei, după cum nu aude răspunsurile ei. Atunci când se aplică șocul de 300 de volți, victima lovește în perete, iar subiectul aude izbitura. Zgomotul se repetă după șocul de 315 volți. După aceste incidente, elevul nu se mai face în nici un fel auzit și nu mai dă nici un răspuns. Experimentatorul cere subiectului să considere absența răspunsului drept răspuns greșit.

Reacțiile de abandon ale subiectului se pot produce la oricare intensitate a șocului, însă, cum vom vedea, în experimentul 1 primii subiecți (cinci la număr) se opresc la șocul de 300 de volți. Milgram s-a îngrijit să standardizeze intervențiile experimentatorului. Atunci când subiectul manifesta prima dată dorința de a renunța, i se spunea: “Vă rog să continuați”. Replicile următoare sunau astfel: “Experimentul cere să continuați”, “Este esențial să continuați”, “Nu aveți de ales, trebuie să continuați”. Tonul persoanei înzestrată cu autoritate era ferm, dar, cum ne asigură Milgram, “nu nepoliticos”. Cele patru replici reprezintă, de fapt, operaționalizarea autorității.

Milgram a practicat măsuri dependente extrem de simple. În experimentele asupra obedienței, măsura dependentă principală a constituit-o intensitatea șocului la care subiectul refuză să mai asculte de ordinele autorității. Totuși, Milgram n-a stăruit asupra diferențelor dintre, de pildă, subiecții care se opresc la 150 de volți și cei care se opresc la 420 de volți, numindu-i pe toți cei care părăsesc experimentul înainte de administrarea șocului maxim “subiecți neobedienți”, denumirea de “subiecți obedienți” rezervând-o pentru cei ce au aplicat absolut toate șocurile. În afara urmăririi acestei variabile, autorul a făcut observări sistematice, notând toate comportamentele neobișnuite. Evoluția fiecărui subiect a fost înregistrată pe bandă audio. S-au făcut și fotografii, numai prin peretele oglină. Autorul a măsurat latența și durata șocurilor.

Rezultatele cele mai cunoscute ale experimentului standard privesc proporția de subiecți obedienți: 26 din 40, ceea ce reprezintă 65%. Cei 14 subiecți neobedienți și-au întrerupt participarea astfel: 5 la 300 de volți (la acest nivel, elevul lovește cu piciorul în perete), 4 la 315 volți, 2 la 330, câte unul la 345, 360 și 375. Din punctul de vedere al intensității șocurilor aplicate, media celor 40 de subiecți a fost de 375; media numărului de șocuri administrate de un subiect are valoarea 27 (din 30, cât ar fi fost maximum posibil).

Milgram a raportat, în completarea acestor măsuri dependente, nervozitatea extremă a subiecților: “Subiecții transpirau, tremurau, se bâlbâiau, își mușcau buzele, gemeau și își înfingeau unghiile în carne [...] Un semn de tensiune l-a constituit apariția repetată a unor accese de râs nervos. Râsul părea complet deplasat [...] Într-unul din cazuri, accesul de râs nervos a fost atât de violent și convulsiv, încât a trebuit oprit experimentul” (Milgram, 1963, p. 376).

Comentați

Un episod cunoscut legat de experimentul 1 este subestimarea accentuată a ratei obedienței de către specialiștii cărora le este descris designul experimental. Milgram relatează că a contactat 14 psihologi cu diplomă de Yale, furnizându-le detalii cu privire la situația experimentală și cerându-le să facă predicții asupra comportării a 100 de subiecți. Psihologii au dezvăluit expectanțe cu totul eronate în legătură cu felul în care ara reacționa subiecții: cei mai psihiști au apreciat că doar trei subiecți (din 100) vor aplica șocul de 450 de volți. Media acestor estimări a fost de 1,2%. Ca atare, discrepanța dintre expectanțele psihologilor și realitate a fost colosală: am constatat deja că rata obedienței s-a ridicat la 65%.

2. Interpretarea teoretică a obedienței

Milgram a respins de fiecare dată explicațiile psihologizante ale obedienței, care susțineau că ascultarea subiecților se datorează personalității lor înclinate spre sadism. El a insistat asupra efectelor structurii sociale și a presiunilor situaționale.

Unul din factorii ce fac ca individului să-i fie extrem de greu să se desprindă din această situație este natura secvențială a sarcinii, faptul că la început ascultarea

ordinelor autorității nu cere un efort deosebit. Mai apoi individul se consideră angajat în raport cu decizia de a se arăta obedient. Dorința de a părea consistent în comportament îl face să amâne mereu momentul abandonului.

Întrebare

Cum credeți că ar fi reacționat subiecții din experimentul standard dacă li s-ar fi cerut să alice de la început șocul de 450 de volți?

Explicațiile avansate de Milgram s-au centrat pe noțiunea de “stare agentică”. Aceasta este o stare psihologică în care individul acceptă “definițiile realității furnizate de autoritate”, se supune indicațiilor ce-i ghidează conduita, se consideră pe sine un instrument în mâinile ei. În aceste condiții, tot ceea ce face sub îndrumarea autorității este în numele ei iar răspunderea pentru consecințele actelor lui n-o poate purta decât tot autoritatea. Așadar, acest “scurt-circuit al sistemului rușine-vinovăție al personalității” (Milgram, 1974, p. 118) se datorează fenomenului de difuziune a responsabilității sau, mai degrabă, transferului responsabilității către agentul de influență. Dacă subiecților li se dau instrucțiuni care-i fac să creadă că responsabilitatea le aparține în întregime, obediența diminuează semnificativ.

Experimentele lui Milgram au fost aspru criticate, invocându-se încălcarea flagrantă a regulilor de etică a cercetării psihologice. Fără îndoială, subiecții săi trăiesc o stare de stress pe care cercetătorul n-avea dreptul să o inducă. În plus, li se dezvăluie o trăsătură a lor pe care poate n-ar fi trebuit s-o cunoască.

Temă

Răspundeți la următoarea întrebare elaborând un mic eseu: Considerați că obediența poate fi studiată în laborator fără să se încalce drepturile subiecților?

VI. Schimbarea de atitudine

În viața cotidiană individul este foarte frecvent ținta unor mesaje persuasive din partea celorlalți și, la rândul său, încearcă să-i influențeze pe cei aflați în interacțiune cu el. Producătorii care-și laudă produsele ori politicienii care-și expun opțiunile nu fac decât să încerce să ne schimbe atitudinile. Pentru fiecare din noi, interacțiunile sunt prilejuri de a-l influența pe celălalt, de a-l determina să-și schimbe gândurile și sentimentele în speranța că aceste modificări vor conduce la comportamente favorabile nouă.

Atunci când dorim să schimbăm atitudinea cuiva în legătură cu un obiect, comunicăm cu el. De aceea, psihologia socială studiază schimbarea de atitudine din punctul de vedere al comunicării persuasive, punând în evidență condițiile în care mesajul poate să aibă impact. Teoriile elaborate de psihologii sociali din acest domeniu disting trei componente ale situației de influență - sursa, mesajul și ținta - și explică succesul persuasiunii în funcție de caracteristicile fiecăreia. După 1970, schimbarea de atitudine a devenit unul din domeniile în care au fost repede adoptate modelele și metodologia curentului cognitivist. Cercetările vizează cu precădere procesele cognitive ale individului-țintă a influenței.

1. Caracteristicile sursei de influență și impactul lor

Știm din viața de zi cu zi că unor indivizi le vine foarte ușor să-i influențeze pe alții - sunt, deci, surse eficiente. Dar ce anume face ca o sursă să fie eficientă?

a. Credibilitatea

Experiment

Cercetările asupra credibilității încep cu experimentul lui Carl Hovland din 1951 în cadrul căruia două grupuri de subiecți americani citeau un articol de ziar care pleda pentru fabricarea de submarine nucleare. În cazul unuia din grupuri, articolul era semnat de un foarte cunoscut fizician american; subiecților din celălalt grup li se spunea că el provine din ziarul sovietic "Pravda". Bineînțeles, subiecții din primul grup au manifestat un acord mai mare cu mesajul, căci sursa era foarte credibilă.

Pentru ca o sursă să fie credibilă, ea trebuie să aibă două calități: să fie competentă și demnă de încredere (Boza, 2003). Competența sau expertiza se referă la numărul cunoștințelor teoretice și practice în domeniu. Cei ce par să știe foarte multe, vorbesc repede și coerent, dau dovadă de inteligență, obțin influență în virtutea competenței. În afara situațiilor deosebite, când ne contrazic în privința unor chestiuni foarte importante pentru noi, tindem să acceptăm opiniile experților.

Totuși, competența nu este suficientă. Pentru a fi credibil, expertul trebuie să fie și demn de încredere, adică dornic cu adevărat să spună ceea ce știe.

Activitate

Dați exemple de experți ce nu probează bună credință.

Dacă ținta crede că sursa competentă are ceva de câștigat obținând influență, ea nu mai acordă sursei încredere. De aceea, oamenii sunt puternic impresionați de sursele care par să argumenteze împotriva propriilor interese. La fel, ei sunt mai ușor influențați când cred că au auzit întâmplător un mesaj persuasiv.

b. Atractivitatea

Cu cât o sursă este mai simpatică, mai atractivă, are mai mult farmec personal, cu atât va obține mai multă influență. De aceea, intenția firească a oricui vrea să influențeze este de a se face simpatizat, de a face ținta să nutrească sentimente pozitive față de persoana lui. Indivizii sunt atrași de cei care le sunt similari sau care sunt atractivi fizic - iar aceste caracteristici ale sursei pot contribui și la succesul mesajului persuasiv. Marea majoritate a reclamelor TV fac apel la fete frumoase, în temeiul ideii că frumusețea are putere persuasivă.

Întrebare

De ce se folosesc uneori, în spoturile publicitare, vedete?

În privința caracteristicilor sursei, cercetătorii au făcut de multă vreme o observație interesantă: dacă se măsoară schimbarea de atitudine imediat după transmiterea mesajului, se constată că sursele având caracteristici pozitive (credibilitate) sunt mai eficiente. Dar dacă se măsoară influența după câteva săptămîni, se poate constata că impactul sursei credibile a scăzut, în vreme ce impactul sursei mai puțin credibile a crescut. Acest efect paradoxal s-a numit efectul întârziat (sleeper effect). Explicația ar consta în aceea că, în timp, oamenii tind să despartă ceea ce s-a spus de cine a spus - ei își amintesc mesajul, dar uită sursa lui.

2. Caracteristicile mesajului

a. Cantitatea de informație

Cecetările asupra mesajului persuasiv au interesat întodeauna pe cei ce lucrează în domeniul reclamei comerciale. Ei s-au întrebat, de exemplu, dacă mesajul trebuie să fie lung, să invoce multe fapte și să expună multe argumente sau, dimpotrivă, laconic. De obicei, mesajele lungi și care par bine informate conving auditoriul care nu este foarte atent și care poate să-și spună: “Cel ce vorbește a spus multe lucruri, deci cunoaște foarte bine problema, deci are dreptate”. Atunci când ținta este foarte atentă la ce se spune, mesajele lungi au succes cu condiția ca informația să fie reală și de bună calitate. Dar dacă se vorbește mult fără să se spună mare lucru, atunci încercarea de influențare poate să se soldeze cu eșec.

Întrebare

Principalul avantaj al mesajelor scurte este că pot fi ușor reținute de către țintă. Cum contribuie această calitate la sporirea eficienței lor persuasive?

b. Mesajul patetic

Mesajele patetice sunt cele care fac apel la sentimentele celui ce urmează să fie influențat. De aceea, ele pun problema rolului emoției în procesul de persuasiune. S-a studiat, de exemplu, impactul mesajelor care utilizează amenințări și provoacă frica. Astăzi se consideră că astfel de mesaje sunt eficiente, dar numai dacă conțin și instrucțiuni pentru eludarea pericolului. De exemplu, filmele ce militează împotriva fumatului sunt mai eficiente aunci când prezintă cazuri de cancer decât atunci când expun statistici, dar este important să se menționeze și felul în care fumatul poate fi abandonat.

Nu mai puțin, mesajele care provoacă emoții pozitive pot fi eficiente.

3. Caracteristicile țintei

Este de la sine înțeles că succesul unui demers de influențare depinde de caracteristicile de personalitate ale țintei. Dar aceasta nu este o dependență simplă, întrucât impactul ține și de situația în care se află persoana. Încît, psihologii au ajuns la concluzia că există foarte puțini indivizi care să fie în mod constant foarte ușor sau foarte greu de influențat.

Totuși, se consideră că anumite caracteristici ale persoanei țintă conjugate cu anumite caracteristici ale situației conduc la o influență mai mare sau mai mică. De exemplu, doi psihologi sociali americani au stabilit că oamenii diferă între ei după cum

agreedă sau nu să se angajeze în activități cognitive care presupun efort și concentrare. Ei au construit o scală care măsoară ceea ce au numit *nevoia de efort cognitiv* (need for cognition). Celor care înregistrează scoruri mari la un astfel de test le place să rezolve probleme dificile și să analizeze atent situațiile. S-a demonstrat că astfel de subiecți pot recepta un mesaj care conține multă informație, pentru că ei se vor concentra asupra conținutului mesajului într-o situație de persuasiune. Invers, subiecții care nu au o nevoie mare de efort cognitiv, nu vor analiza atent mesajul, dar ei pot fi influențați, de exemplu, de faptul că sursa este foarte simpatică.

În afara caracteristicilor de personalitate, într-o situație de influență devin foarte importante expectanțele țintei - ceea ce ținta se așteaptă să se întâmple. Dacă, de exemplu, ținta se așteaptă ca cineva să încerce să-i schimbe atitudinile, atunci va rezista activ acestei încercări.

Experiment

Într-un experiment, s-au folosit ca subiecți adolescenți. Ei ascultau un mesaj ce pleda împotriva eliberării de carnet de conducere pentru adolescenți. Unul din grupurile experimentale a fost avertizat cu 10 minute înainte asupra încercării de persuasiune și asupra conținutului mesajului, celălalt grup numai cu două minute înainte de transmiterea mesajului. Rezultatele au dovedit că în primul grup, atitudinile s-au schimbat mai puțin decât în al doilea. O explicație posibilă ar consta în aceea că subiecții din primul grup au avut mai mult timp la dispoziție pentru a construi contra-argumente.

Dar simplul fapt de a cunoaște intenția cuiva de a ne schimba atitudinea, naște o reacție de împotrivire. Potrivit teoriei reactanței psihologice, aceasta se întâmplă deoarece oamenii încearcă să-și mențină libertatea de gândire și de acțiune. Când le este amenințată, devin motivați să o restabilească. În cazul avertizării asupra încercării de persuasiune, are loc tocmai o astfel de reacție.

4. Cele două căi ale persuasiunii

Abordările contemporane au în centrul atenției procesele cognitive implicate în schimbarea de atitudine, considerând ținta influenței un activ prelucrător de informație. Dar nu în toate situațiile procesarea informației se produce la fel. În cadrul unei teorii foarte cunoscute, intitulată teoria probabilității de elaborare, Richard Petty și John Cacioppo, au distins două posibilități: indivizii pot analiza foarte atent conținutul mesajului (pot elabora mesajul) sau pot fi mai puțin atenți, urmărind mai puțin conținutul mesajului și luând în seamă alte caracteristici ale situației, ale sursei sau ale mesajului. În cazul în care într-o situație de influență ținta analizează conținutul mesajului și este influențată de puterea argumentelor incluse, această țintă a ales calea centrală. Ea recepționează mesajul și-l elaborează, cântărind fiecare argument. Opusă căii centrale

este calea periferică - în cazul acesta, persoana nu se concentrează asupra argumentelor logice, ci impactul influenței se va hotărî în funcție de caracteristicile periferice ale mesajului. De exemplu, putem fi influențați de o persoană bine îmbrăcată pentru că ne putem spune că îmbrăcămintea aleasă denotă un statut înalt, iar oamenii cu statut înalt au de obicei dreptate. În felul acesta, folosim niște reguli implicite care ne ajută să analizăm mesajul și sursa superficial și să decidem dacă acceptăm sau nu opinia celui ce comunică. De pildă, tindem să considerăm că sursa are dreptate atunci când vorbește repede, deci faptul de a vorbi repede determină schimbarea de atitudine, și nu argumentele mesajului.

Desigur, calea centrală este mai eficientă și ea conduce la o schimbare mai profundă a atitudinii în raport cu cea periferică. De obicei, gradul în care suntem interesați de ceea ce se discută hotărâște calea pe care o alegem (determină, deci, probabilitatea elaborării): dacă mesajul vorbește despre lucruri care ne interesează, atunci vom analiza atent argumentele, deci vom alege calea centrală.

Temă

Arătați cum se pot utiliza principiile persuasiunii într-o campanie împotriva fumatului.

VII. Tehnici de influență interpersonală

1. Inducerea complezenței

În multe situații din viața cotidiană, în cadrul relațiilor interpersonale obișnuite, oamenii încearcă să se influențeze unul pe altul, să obțină ceva de la celălalt sau să-l facă să desfășoare un anumit comportament. Pentru a avea succes, cererile și rugămințile trebuie să fie formulate într-un anumit fel și mai ales în condiții speciale. Aceste condiții se referă la contextul în care evoluează cei doi protagoniști. Într-adevăr, în mod obișnuit, un demers de influență nu conține numai transmiterea mesajului, ci o secvență mai largă de interacțiune. Dacă sursa nu dispune de putere, simpla adresare a cererii poate să rămână fără răspuns. Șansele de succes sporesc mult dacă ea folosește o tehnică sau o strategie de inducere a influenței. În cele ce urmează vom trata succint tocmai tehnicile folosite de indivizi în viața de zi cu zi pentru a face ca rugăminților sau cererilor lor de a obține un obiect, o informație sau un serviciu să li se dea curs.

În situațiile interpersonale la care ne referim evoluează un individ care dorește să exercite influență (sursa) și unul asupra căruia se exercită influență (ținta; cel căruia îi este adresată cererea sau cererile). Uneori sursa face apel la strategii ce urmăresc construirea unui cadru al interacțiunii în interiorul căruia formularea cererii capătă o eficiență uluitoare. Robert Cialdini, un psiholog social american ce s-a remarcat în acest domeniu, le-a asemănat tehnicilor de jujitsu, iar influența obținută prin intermediul lor a numit-o influență automată sau influență instantanee. Mecanismele comportamentale pe care le pun în mișcare aceste scenarii permit declanșarea actului de complezență (îndeplinirea cererii sursei) fără exercitarea de presiuni și, de multe ori, fără ca manipularea să devină evidentă.

Cele mai eficiente tehnici de inducere a complezenței se bazează pe cererile multiple. În loc de a adresa direct o singură cerere, în astfel de tehnici prima cerere are rolul de a pregăti terenul și a facilita acceptarea de către ținta influenței a celei de-a doua cereri.

2. Piciorul în ușă

“Piciorul în ușă” constă în a formula o cerere mică, ce nu implică un mare efort din partea țintei, urmată de solicitarea obiectului sau serviciului pe care sursa l-a urmărit de la început - are, așadar, ca nucleu ideea că dacă faci pe cineva să fie de acord cu o cerere mică, persoana va fi mai dispusă apoi să cedeze unei cereri mai mari.

Experiment

În experimentul lui Freedman și Fraser din 1966, subiecții (gospodine) care au fost mai înainte contactați pentru a răspunde la câteva întrebări simple privitoare la tipul de săpun pe care-l utilizează, au consimțit într-o mai mare măsură în fața unei cereri mult mai mari avansate mai târziu, aceea de a primi șase persoane să le facă inventarul ustensilelor de bucătărie. Prin contrast, majoritatea gospodinelor cărora li se adresase de la început cererea mare (aceea de a accepta ca șase persoane să facă un inventar al obiectelor din bucătărie) au refuzat-o.

Acordul subiecților se bazează în principal pe angajamentul lor față de decizia luată la început: odată ce au decis să se arate amabili și să răspundă pozitiv solicitărilor formulate de sursă, le vine foarte greu să abdice de la acest principiu. Deciziile de implicare, chiar cele greșite, se perpetuează prin ele însele, persoana adăugând noi argumente ce justifică persistența angajamentului. Consistența comportamentelor este valorizată pozitiv de către ceilalți și, de aceea, ea funcționează ca un motiv pentru persoană.

3. Low-balling

O altă tehnică deosebit de ingenioasă ce folosește, de asemenea, procedeul “startului mic” este tehnica “aruncării mingii joase” (low-balling, un termen preluat din baseball). Low-balling se prezintă ca un scenariu în două acte, în care, după ce ținta s-a declarat de acord cu o primă cerere, i se dezvăluie un preț mai mare al obiectului tranzacționat. Diferența în raport cu “piciorul în ușă” constă în faptul că ambele solicitări se referă la același obiect. Low-balling este mai primitivă și mai puțin onestă, întrucât agentul de influență denunță înțelegerea și procedează la un soi de șantaj. Cialdini arată că această tehnică apare în mod obișnuit în arsenalul vânzătorilor americani de mașini uzate. După ce cade la învoială asupra unui preț, sursa pretinde, de pildă, că a uitat să ia în calcul o piesă și avansează un nou preț, mai mare. În mod surprinzător, clienții se conformează. Dinamica psihologică implicată este aceeași angajare în decizie care apare în “piciorul în ușă”.

Experiment

Cialdini a demonstrat experimental eficiența low-balling cerînd unui grup de subiecți să se prezinte la un experiment asupra memoriei la ora șapte dimineața. În condiția de low-balling a cerut același lucru, dar numai după ce ei se angajaseră să participe la experiment, i-a informat că acesta va începe la șapte dimineața. Așadar, costurile ascunse (faptul că experimentul are loc la o oră incomodă) sunt dezvăluite după ce ținta acceptase propunerea sursei). Al doilea grup a fost mult mai complăzent (56% față de 31%); în plus, subiecții din acest grup și-au ținut într-o măsură mai mare promisiunea de a fi punctuali la experiment.

Activitate

Dați exemple de proceduri low-balling pe care le-ați aplicat sau cărora le-ați căzut victime.

4. Ușa în față

“Ușa în față” se deosebește de “piciorul în ușă” prin ordinea inversată a celor două cereri. Ce se întâmplă când cererea mare este prezentată prima? În mod surprinzător, și strategia aceasta se dovedește eficientă în inducerea complezenței. În tehnica ușii în față, persoanei-țintă i se solicită mai întâi un serviciu foarte dificil de îndeplinit și numai după aceea i se adresează adevărata cerere, mai puțin însemnată, dar care l-a interesat pe agentul influenței de la bun început. Aparent, această strategie nu ar trebui să funcționeze, căci ea nu se mai bazează pe principiul startului mic.

Mai cu seamă politicienii sunt maestri ai acestei tehnici. De pildă, ca să se obțină acceptul populației cu privire la creșterea prețului benzinei cu 20%, se anunță o majorare de 50%. După ce lumea protestează, se revine și se procedează la o majorare de 20%, inenționată de la început. În felul acesta, după ce a fost confruntată cu amenințarea unei scumpiri catastrofale, populația acceptă ușor o creștere a prețului care este și ea foarte însemnată.

Experiment

Pentru a testa eficiența acestei tehnici, Cialdini și colaboratorii săi (1975) au cerut studenților întâlniți pe aleile din jurul universității să participe, vreme de doi ani, ca voluntari, într-un program de asistență a tinerilor delicvenți. Aproape nimeni nu a răspuns afirmativ. Totuși, atunci când aceleorași subiecți li se adresează o cerere mai puțin însemnată, aceea de a însoți un grup de copii delicvenți într-o seară la grădina zoologică, 50% dintre ei acceptă. Foarte relevant, este că prezentată singură, a doua cerere produce o complezență de numai 17%.

Cialdini a precizat o condiție sine qua non a funcționării acestei tehnici: cele două solicitări trebuie să fie adresate de aceeași persoană. Potrivit acestui autor, mecanismul ușii-în-față este pus în mișcare de **norma concesiilor reciproce**. Resortul influenței constă în acest caz în iluzia ce se creează persoanei țintă că solicitatorul a abandonat o cerere relativ importantă pentru a-i solicita un lucru de mai mică însemnatate. Concesia pe care se simte obligată să o facă la rîndul ei nu reprezintă altceva decît îndeplinirea serviciului dorit de sursă.

Întrebare

Ce rol credeți că joacă în această tehnică contrastul (din punct de vedere al efortului implicat) dintre cele două cereri?

5. Asta nu-i tot

Jerry Burger este un cercetător care, ca și Cialdini, a studiat tehnicile concrete pe care le utilizează profesioniștii influenței interpersonale. Astfel, el a ajuns să propună tehnica “asta nu-i tot” (that’s not all technique). Burger arată că aceasta este o tehnică larg folosită în domeniul vânzării de produse ieftine. Ea constă în a prezenta produsul, în a-i enunța prețul, apoi, fără a-l lăsa pe client să răspundă, a declara că “asta nu-i tot”: după declararea inițială a rețelului, vânzătorul revine și fie spune că la prețul anunțat se oferă în plus, pe lângă produsul respectiv, încă un produs, fie micșorează prețul, arătând că aceasta se întâmplă “numai pentru dvs.” sau “doar astăzi”. Desigur, vânzătorul avea de la început intenția de a vinde cele două produse împreună ori de a vinde primul produs la prețul mai mic, cerut în secvența a doua. Experimentele lui Burger au demonstrat că procedând astfel vânzările sunt mai mari decât dacă se prezintă de la început cele două produse ca vânzându-se împreună ori se prezintă de la început prețul mai mic. Potrivit cercetătorului american, “asta nu-i tot” are la bază aceeași normă a concesiilor reciproce din “ușa în față”: clientul crede că vânzătorul este dispus să negocieze, crede că acesta a făcut o concesie oferindu-i în plus un produs sau reducând prețul și se simte dator să lase impresia de reciprocitate, acceptând a doua ofertă.

6. Piciorul în gură

Daniel Howard a descris în 1990 o tehnică de inducere a complezenței care ilustrează în manieră elocventă nevoia de consistență comportamentală a indivizilor: tehnica piciorului în gură (foot-in-the-mouth technique). Tehnica se compune, ca și piciorul în ușa, din două secvențe: în prima, țintei i se adresează o întrebare simplă și care pare formală: ținta este întrebată ce face ori cum se simte. În a doua secvență, se înaintează cererea propriu-zisă. Subiecții nu se vor arăta complezenți decât dacă răspunsul din prima fază este de genul: “foarte bine”, “excelent”, “extraordinar” etc. Piciorul-în-gură se bazează pe ideea că ținta se va comporta în concordanță cu starea sufletească declarată. Într-adevăr, multe studii de psihologie socială au pus în evidență tendința indivizilor de a menține o consistență comportamentală. Or, în cazul acesta, declararea publică a unei dispoziții excelente îl obligă pe subiect să accepte, în secvența următoare, cererea sursei. Altminteri, ar însemna să anuleze declarația anterioară.

7. Înfricoșare, apoi eliberare

În primul număr pe 1998 al prestigiosului *Journal of Experimental Social Psychology*, Dariusz Dolinski și Richard Nawrat propun o nouă tehnică de inducere a complezenței, care ar avea o eficiență egală cu tehnicile clasice: “Înfricoșare, apoi

eliberare” (fear-then-relief). Ideea lor fundamentală este de o cuceritoare simplitate: indivizii care trăiesc un sentiment de frică, a cărui sursă este mai apoi brusc eliminată, au tendința de a răspunde pozitiv cererilor ce le sunt adresate.

Experiment

Subiecții sunt pietoni care traversează neregulamentar o stradă dintr-un oraș polonez. În timpul traversării, ei aud brusc un fluierat. Bănuind că a fost fluierul unui polițist, privesc în jur și se grăbesc să ajungă pe celălalt trotuar. Aici constată că nu există nici un pericol. În același moment, sunt abordați de un experimentator, care le cere să completeze un chestionar, sarcină ce le-ar consuma 10 minute. Rezultatele au arătat că, în comparație cu pietonii care nu au auzit fluierul, cei ce-au scăpat brusc de frica de a fi amendați s-au dovedit mai disponibili.

Autorii au încercat să explice aceste rezultate amintind o concluzie din domeniul cercetărilor asupra comportamentelor de ajutorare: indivizii aflați într-o stare de bună dispoziție acordă ajutor într-o măsură mai mare decât cei în dispoziție proastă sau neutră.

Întrebare

Mai puteți găsi alte explicații pentru efectul “Înfrișare, apoi eliberare”?

8. Complezență și atingere fizică

Menționăm, în finalul acestui capitol, o manieră simplă de a induce complezența. O tratăm în rînd cu celelalte tehnici de influență interpersonală întrucât și ea presupune amenajarea contextului în care este lansat mesajul persuasiv - chiar dacă în acest caz este vorba de un simplu gest al sursei.

Începînd de prin 1980, psihologii sociali interesați de complezență ori de puterea socială, ca și cercetătorii din domeniul comunicării au studiat efectele atingerii. Atingerea țintei de către sursă pare să aibă un efect deosebit de pronunțat asupra complezenței. Evident, acest efect depinde de caracteristicile sociale și personale ale sursei, de felul în care se produce atingerea, de partea corpului țintei atinsă de sursă. Atingerea oferă informații sociale despre putere, agresivitate, dominanță, dorința de intimitate, sentimentele prietenești etc. Ea amplifică în mod semnificativ gradul de atractivitate al celui care o inițiază. Într-un context medical, atingerea poate avea chiar efecte terapeutice. Atingerea se poate dovedi, mai cu seamă, persuasivă.

Activitate

Indicați zonele corporale pe care și le ating bărbații în timpul interacțiunilor persuasive.

Experiment

Într-un experiment al lui Willis și Hamm din 1980, subiecților li se cerea pe stradă să semneze o petiție. În cele două condiții, experimentatorii fie atingeau ușor subiecții pe braț, fie le adresau numai cererea de a semna petiția. Conform ipotezelor, subiecții pentru care mesajul persuasiv fusese însoțit de atingere au căzut de acord într-o măsură mai mare să semneze. Complezența se accentuează în special în cazul subiecților bărbați care au fost atinși de o femeie-experimentator.

Explicațiile psihologice ale acestor efecte se bazează pe creșterea activării fiziologice a țintei, creșterea implicării țintei, creșterea atractivității inițiatorului atingerii ori conștientizarea de către țintă a necesității de a sări în ajutor (atingerea s-a dovedit un factor important în declanșarea comportamentului de ajutorare față de indivizi pe care donatorul nu-i cunoaște).

VIII. Decizia colectivă

În viața de zi cu zi, numeroase decizii sunt luate de grupuri, și nu de indivizi. Grupurile decid în politică, în domeniul industrial și în domeniul bancar, în multe instituții religioase, medicale, educaționale ori culturale; familia ori grupul de prieteni funcționează adesea ca grupuri de decizie.

Întrebare

În ce împrejurări devine familia un grup de decizie?

Baron, Kerr și Miller (1992) disting între rezolvarea de probleme în grup (generarea de către grup a unor soluții alternative) și luarea deciziei în grup (grupul alege între mai multe alternative). Pentru aceeași autori, eforturile de clarificare teoretică și demersurile empirice asupra deciziei de grup anterioare anului 1975 (aproximativ) pot fi subsumate abordării comunicării sociale. Aceasta pleacă de la premisa că decizia colectivă are la bază comunicarea în grup și, ca atare, se concentrează pe conținutul și pe patternurile de comunicare în grup, acordând mai puțină importanță calității deciziei. Treptat abordarea comunicării sociale a pierdut din popularitate din pricina folosirii aproape exclusive a tehnicilor de observație.

Luarea deciziei în grup poate fi înțeleasă ca un proces de reconciliere ori combinare a judecăților inițiale ale membrilor grupului. Davis (1973) a sugerat o manieră alternativă de a gândi decizia de grup în raport cu abordarea comunicării sociale. Preocuparea cea mai însemnată a acestui autor este predicția: el afirmă că rezultatele deliberării în grup pot fi anticipate pe baza motivațiilor și abilităților membrilor. Davis încearcă să stabilească reguli pe baza cărora strategiile preferate și răspunsurile individuale sunt transformate într-o decizie de grup. Pentru ca o alternativă să devină decizie de grup, ea trebuie să atingă un anumit nivel al acordului de grup. Acest grad minim de consens se numește regula de decizie a grupului. Reguli de decizie utilizate în mod frecvent sunt majoritatea simplă, două treimi din totalul voturilor sau unanimitatea.

Întrebare

Ce grupuri folosesc unanimitatea ca regulă de decizie?

Schemele de decizie socială (SDS) propuse de Davis sunt modele cu ajutorul cărora se poate prezice o decizie de grup pe baza distribuției inițiale a preferințelor membrilor și a regulii de decizie. O astfel de schemă de decizie specifică, pentru fiecare

distribuție a judecăților inițiale, probabilitatea ca grupul să ia o anumită decizie. De pildă, o schemă de decizie validă pentru un juriu dintr-un proces american, ce are ca regulă de decizie unanimitatea, este aceea că verdictul preferat de majoritatea membrilor la începutul deliberării ajunge decizie de grup. Dacă nu există o majoritate puternică la început, este probabil că grupul va rămâne multă vreme indecis.

Trebuie să menționăm că extrem de multe studii în domeniul schemelor de decizie socială și al deciziei de grup în general au fost realizate pe juriu – și aceasta nu numai din pricina importanței cu adevărat capitale a hotărârilor luate de aceste grupuri de 12 persoane ce stabilesc vinovăția și nevinovăția în justiția din Statele Unite, dar și datorită faptului că ele pot fi ușor simulate în laborator.

Desigur, decizia de grup are o determinare mai complexă decât cea individuală. Între factorii care o influențează, trebuie numărați: aspectele structurale ale grupului (mărimea, omogenitatea), procesele de grup (patternurile de comunicare, raporturile de putere, cooperarea), resursele disponibile (resurse de personal, materiale, de timp). Astfel de factori pot deforma decizia de grup, pot introduce distorsiuni. De aceea, o direcție importantă de cercetare în acest domeniu a fost tocmai explorarea felului în care performanța grupului de decizie este afectată de unul sau de interacțiunea unora din factorii menționați. De pildă, într-un studiu relativ celebru, Hoffman și Maier (1964) au arătat că decizia de grup nu reflectă, de obicei, efortul întregului grup. Ea reprezintă, adesea, rezultatul activității argumentative intense a câtorva membri, în lipsa participării celorlalți. De asemenea, autorii au descoperit că decizia finală poate să apară la puțin timp după debutul discuției, ea nefiind abandonată pe parcurs, în ciuda calității ei inferioare și a faptului că grupul va mai examina și alte soluții.

Activitate

Identificați modalități concrete de a determina toți membrii unui grup să ia parte la discuții.

În mod firesc, avem tendința să credem că avantajul oferit de decizia de grup în raport cu decizia individuală constă în cantitatea mai mare de informație de care dispune grupul, pe baza căreia se elaborează decizia colectivă. Interacțiunea de grup îi facilitează fiecăruia din membri accesul la informațiile de care dispun ceilalți; ca atare, ea completează și corectează cunoștințele individuale asupra problemei, făcând ca grupul să ia o decizie fundamentată, superioară celor individuale.

Totuși, Stasser și Titus (1985) au cercetat această punere laolaltă a informațiilor și au demonstrat că lucrurile nu stau deloc așa. Modelul lor teoretic, probat experimental, descrie influența informației anterioare interacțiunii, avertizând că distribuția acestei informații poate da naștere unor distorsiuni ale deciziei finale. Mai precis, acești autori susțin că discuția de grup nu ajunge să corecteze informațiile deținute de membri. Dimpotrivă, ea perpetuează erorile și lacunele membrilor. Informația unică (pe care o are un singur membru) și informația neîmpărtășită (despre

care au cunoștință numai câțiva membri) au un impact extrem de scăzut asupra deciziei. Cele două categorii de informație sunt omise, în cele mai multe cazuri, din discuția de grup. Autorii examinează două distorsiuni importante introduse de informația anterioară interacțiunii: 1. O informație are mai multe șanse să fie luată în discuție dacă e împărtășită de toți membrii grupului; 2. O informație va fi cu mai multă probabilitate discutată dacă favorizează preferințele membrilor decât dacă le contrazice.

Experiment

Pentru a demonstra impactul cunoștințelor comune ale membrilor asupra deciziei de grup, Stasser și Titus au cerut subiecților să aleagă între doi candidați la președinția ligii studențești. Candidatul A era cel care ar fi trebuit, în mod firesc, să întrunească majoritatea sufragiilor, având opt trăsături pozitive și patru negative. B, pe de altă parte, avea patru trăsături pozitive și patru trăsături negative. Subiecții erau puși să discute în grupuri de patru înainte de a-și exprima votul. Principala manipulare a experimentului a avut în vedere tocmai distribuția informației anterioare în grup: nici unul din subiecți nu avea informații complete asupra celor doi candidați. În privința lui A, fiecare din cei patru membri ai grupului cunoștea numai două caracteristici pozitive din cele opt și toate cele patru caracteristici negative. Despre B, fiecare subiect știa că are o trăsătură negativă, având cunoștință în același timp de toate cele patru trăsături ale lui. Studiul scoate magistral în evidență imperfecțiunile discuției de grup. Din perspectiva simțului comun, am fi înclinați să anticipăm că în cursul dezbaterii angajate de grup se va reconstitui portretul real al candidatului A, ceea ce-i va da acestuia câștig de cauză. Rezultatele, însă, confirmă ipoteza celor doi autori: candidatul B este preferat lui A. Discuția de grup a întărit preferințele inițiale ale membrilor bazate pe informații incomplete.

Decizia colectivă a fost influențată, în bună măsură, de informația comună. Consensul inițial a escamotat alternativa superioară. Stasser și Titus susțin că numai un conflict apărut în grup la începutul interacțiunii poate salva decizia, intensificând schimburile de informații.

IX. Gândirea de grup

1. Decizii colective inadecvate

Irving Janis este un specialist respectat în domeniul dinamicii grupului, care a studiat toată viața structura grupului, leadershipul, stressul și conflictul în grupuri, dar și schimbarea de atitudine. El s-a impus însă definitiv prin conceptul de gândire de grup și prin cercetările realizate în acest domeniu. Cercetând istoria politică recentă, Janis a observat că au existat situații în care grupuri alcătuite din politicieni abili și din experți au luat decizii ce au condus la eșecuri răsunătoare. Ca psiholog social, Janis a dorit să explice cum astfel de decizii stupide, conducând la catastrofe politice, militare ori financiare, reprezintă uneori rezultatul deliberării în grupuri.

Dezastrul militar american de la Pearl Harbour, de exemplu, poate fi pus pe seama gândirii de grup. În săptămânile care au precedat atacul japonez, comandanții din Hawaii primiseră informații asupra intenției Japoniei de a implica Statele Unite în război. Spionii precizau în rapoartele lor că acțiunea militară, dorită de japonezi fulgerătoare, va avea loc undeva în Pacific. Planurile japonezilor au devenit vizibile când navele lor s-au îndreptat spre Pearl Harbour, dar nici atunci membrii consiliului de apărare din jurul amiralului Kimmel nu au luat în seamă rapoartele piloților de pe avioanele de recunoaștere, subestimându-și adversarii și supraestimând propria capacitate defensivă. Rezultatul a fost că alarma a fost dată abia când navele americane fără apărare se aflau în bătaia tunurilor japoneze.

Una din hotărârile absurde emenate de un grup alcătuit din oameni deosebit de competenți se referă la parașutarea în 1961 în Golful Porcilor de pe coasta cubaneză a 1400 de exilați cubanezi ce fuseseră pregătiți de serviciile secrete americane. Ei aveau sentimente anti-castriste și sperau să poată răsturna regimul de la Havana. Forțele lui castro au ucis aproape 200, și au făcut prizonieri restul, silindu-i pe americani să-i răscumpere pe o sumă uriașă. Decizia cu privire la această invazie fusese luată de un grup de înalți funcționari americani, între care miniștri și specialiști în strategie militară și în politică externă, conduși de președintele J.F. Kennedy. Președintele i-a forțat pe membri să ajungă la consens foarte repede și, ca atare, presiunile spre uniformitate au devenit puternice, făcând să dispară opiniile dizidente.

Într-o carte celebră, din 1972, intitulată “Victime ale gândirii de grup”, Janis a considerat că ceea ce s-a întâmplat în aceste situații ilustrează exemplar deteriorarea procesului de luare a deciziei pe care el a numit-o gândire de grup. “Groupthink” se referă la tendința membrilor grupului de a ajunge la solidaritate și coeziune, tendință care-i face să ocolească orice chestiuni ce ar conduce la dispute. În astfel de cazuri, dacă

membrii anticipează contra-argumente cu privire la o anumită problemă, ei evită să ridice problema respectivă. Dacă cred că nu se poate răspunde la o întrebare, nu o pun. De aceea, ca rezultat al pornirii iraționale de a menține unanimitatea și coeziunea, deciziile grupului sunt nerealiste și lipsite de simț practic.

Janis a considerat că termenul de gândire de grup se referă la situații în care presiunile din grup duc la diminuarea eficienței mentale a indivizilor, la deteriorarea simțului realității și a judecății morale. Gândirea de grup este un gen de gândire în care se angajează indivizii când sunt puternic implicați într-un grup coeziv, când dorința lor de a perpetua consensul depășește motivația de a cerceta realist celelalte alternative. Ea poate să apară în orice grup de decizie (de pildă, în grupul familial ori într-un grup de colegi care hotărăsc unde își vor petrece vacanța) atunci când sunt întrunite următoarele condiții:

1. Coeziune puternică;
2. Izolarea grupului;
3. Lipsa unor proceduri temeinice de a căuta și a evalua alternativele;
4. Leadership directiv;
5. Presiunea timpului, determinând stress și convingerea că există puține șanse să se găsească o soluție mai bună decât cea favorizată de lider ori de o altă persoană influentă.

Janis s-a folosit de exemple celebre pentru a arăta că acest fenomen poate afecta orice grup, inclusiv grupuri compuse din indivizi strălucitori sau din experți în problema în care se ia decizia.

Întrebare

Ce alte cauze, în afara gândirii de grup, pot afecta negativ calitatea unei decizii colective?

2. Căutarea prematură a acordului

Cercetătorul american a considerat încă de la început că interacțiunile total non-conflictuale într-un grup de decizie pot indica deja apariția fenomenului de gândire de grup. Consensul stabilit fără o dezbatere reală conduce adesea la eșecuri. Janis a stabilit patru simptome ale acordului prematur datorat presiunii grupului:

Presiunile puternice spre conformism

Presiuni spre uniformitate există în orice grup. În cazul fenomenului de gândire de grup, aceste presiuni devin evidente și deosebit de nocive. Nu există toleranță pentru devierile de la opinia majoritară și în unele cazuri se iau măsuri foarte dure împotriva celor ce nesocotesc consensul. În grupul președintelui Kennedy, critica planului de a trimite împotriva lui Castro pe cei 1400 de exilați devenise un tabu pe care-l susținea

toată lumea. Grupul dezvoltase o normă cu privire la interzicerea obiecțiilor critice, iar presiunea grupului asigura conformismul fiecărui membru în fața acestei norme.

Auto-cenzurarea ideilor deviante

Deși se spune că “tăcerea e de aur”, în grupurile care iau decizii, reținerea de a manifesta dezacordul poate compromite total decizia. În grupul lui Kennedy, mulți membri au avut îndoieli, dar nu le-au exprimat, anticipând reacția negativă a grupului.

Prezența paznicilor minții (*mindguards*)

Janis a format acest termen prin analogie cu termenul “bodyguard”. La fel cum un bodyguard protejează o persoană de agresiunea fizică, tot așa mindguard-ul o protejează de informația despre care el crede că ar diminua încrederea persoanei în grup și ar afecta abilitatea grupului de a formula o soluție potrivită. Paznicul minții poate controla canalele de informație, ținând informația dăunătoare consensului departe de grup, pierzând-o, uitând să o menționeze sau făcând-o irelevantă și nedemnă de atenția grupului. Pe de altă parte, paznicii minții încearcă să prevină contaminarea cu idei deviante, îndepărtându-i pe membrii dizidenți sau silindu-i să păstreze tăcerea.

În grupul lui Kennedy, fratele președintelui, Robert Kennedy și secretarul de stat au acționat ca mindguardzi. De pildă, secretarul de stat a primit un memoriu de la un senator ce participase la una din ședințe și care se pronunța astfel împotriva planului, dar n-a făcut cunoscut grupului conținutul acestui memoriu.

Unanimitatea aparentă

Presiunea spre uniformitate, auto-cenzurarea, acțiunea paznicilor minții conduc la un acord iluzoriu între opinii. Păstrând exemplul grupului lui Kennedy, trebuie spus că de la început întregul grup a adoptat soluția invaziei, iar discuțiile ulterioare n-au fost decât prilejuri de a stabili detaliile. O atmosferă bizară de consens asumat a caracterizat întâlnirile, căci fiecare membru ajunsese la concluzia greșită că ceilalți sunt, în plan intim, de acord cu planul. Cu toții preferau o atmosferă liniștită și prietenească în locul unor discuții violente și contradictorii.

3. Percepții eronate în gândirea de grup

Obiectiv vorbind, planul grupului de decizie al lui Kennedy presupunea: atacarea fără declarație de război a unei națiuni mici, declanșarea unui război civil, angajarea de mercenari, dezinformarea celorlalte state cu privire la rolul SUA în această invazie, dezinformarea cetățenilor americani etc. Toate aceste aspecte sunt îndoielnice din punct de vedere moral și este puțin probabil că fiecare membru al grupului luat separat le-ar fi acceptat. După ce a studiat stenogramele întâlnirilor, Janis a stabilit că

aceste erori de judecată au fost cauzate de patru tipuri de iluzii. Evident, astfel de iluzii apar în orice grup afectat de gândirea de grup.

Iluzia de invulnerabilitate

La fiecare întâlnire era vădit un sentiment de încredere și siguranță. Membrii simțeau că planul lor este infailibil, produs al unei comisii ce nu putea face greșeli. Kennedy reprezenta în ochii tuturor supraomul, întrunind absolut toate calitățile. Atmosfera era entuziastă și euforică, fiecare din cei prezenți având convingerea că un astfel de grup alcătuit din bărbați competenți și puternici n-ar putea fi tras la răspundere pentru eventualele decizii eronate. Astfel de sentimente de încredere și forță sunt de folos echipelor sportive, dar nu grupurilor de decizie.

Iluzia moralității

Deși planul de a invada Cuba reprezenta, de fapt, un atac prin surprindere, neprovocat, al unei mari puteri asupra unei țări mici și lipsite de apărare, grupul nu și-a pus niciodată întrebări cu privire la moralitatea planului. Fără îndoială că fiecare membru a invocat în intimitate principiile drepturilor omului și ale dreptății, dar în fața dorinței grupului de a pune capăt regimului castrist, ei nu dădeau glas acestor remușcări. Cauza democrației le oferea o justificare suficientă.

Percepții eronate asupra out-group-ului

În general, conflictul între grupuri conduce la/sau este cauzat de percepții eronate asupra grupului advers. Membrii comisiei împărtășeau o opinie negativă despre Castro și politica sa internă. Castro era văzut ca un lider slab, un comunist rău intenționat și demagog, incapabil să înțeleagă că țara îi va fi atacată. Capacitatea lui militară, ca și controlul lui asupra armatei și asupra concetățenilor au fost subestimate.

Raționalizarea colectivă

Odată ce se angajează într-o acțiune, indivizii încearcă să diminueze conflictul legat de alegere, evitând informația ce infirmă alternativa aleasă și căutând informație care o confirmă. Când individul face parte dintr-un grup de decizie, aceste tactici decizionale defensive pot fi comunicate celorlalți. În grupul lui Kennedy, acțiunea nedreaptă a fost justificată invocându-se idealurile democratice și importanța libertății.

4. Prevenirea gândirii de grup

În principiu, orice încercare de a combate gândirea de grup trebuie să se bazeze pe evitarea instituirii premature a acordului, fără a compromite coeziunea de grup. Pot fi utilizate următoarele strategii:

1. Încurajarea exprimării deschise a ideilor alternative.
2. Leadership adecvat și eficient - liderul trebuie să refuze să-și exprime opinia la începutul întâlnirii; să ceară o dezaprobare reală; să-i convingă pe ceilalți că atitudinea critică este binevenită; să permită reunirea grupului de câteva ori fără ca el să asiste.
3. Grupuri multiple de discuție pe aceeași temă.
4. Folosirea unui avocat al diavolului - această strategie garantează examinarea dovezilor ce există împotriva deciziei grupului.
5. Invitarea unor experți din afară pentru a evalua decizia de grup.
6. Încurajarea membrilor de a discuta cu cei apropiați lor despre decizia de grup și a culege feed-back-uri.
7. Informarea membrilor asupra fenomenului de gândire de grup, asupra cauzelor și consecințelor acestuia.

Temă

Încercați să argumentați prezența gândirii de grup într-o ședință a consiliului local plecând de la inadecvarea unei decizii. Descrieți metodele pe care le-ați folosi pentru a pune în evidență fenomenul de gândire de grup.

X. Deindividualizarea

Teoriile moderne asupra deindividualizării își au originea în opera lui Gustave le Bon, *Psychologie des foules* (1895; 1991). Potrivit autorului francez, în anumite contexte de grup, individul își pierde sentimentul de responsabilitate socială, regresând spre o formă inferioară de evoluție. Anonimatul, combinat cu sugestibilitatea și contagiunea rapidă a ideilor și a emoțiilor duc la comportamente antisociale, violente și instinctive.

Ideile lui Sigmund Freud asupra comportamentului colectiv au suferit înrâurirea lui Le Bon. Freud a acordat un rol important liderului mulțimii, care acționează într-o manieră hipnotică, exercitând control asupra impulsurilor primare ale membrilor. Prin identificarea cu liderul, membrii unei mulțimi renunță la supra-eurile personale și împărtășesc același eu ideal.

Abordarea experimentală a transformărilor pe care le suportă individul deindividualizat a eliminat emoțiile puternice, izvorâte din natura sălbatică a omului, precum și “spiritul colectiv” descrise de Le Bon. Primele experimente au considerat ca definitorie pentru starea de deindividualizare sentimentul de pierdere a identității. În contexte sociale specifice, în care anonimatul devine posibil, individul nu mai dorește să fie un stimul distinct în câmpul social, să-și definească eul ca unic. Dimpotrivă, în astfel de contexte, el se caracterizează printr-o conștiință de sine scăzută, ceea ce descătușează comportamentele inhibitate de normele sociale.

În esență, deindividualizarea este produsă de imposibilitatea identificării. Definiția accesibilă în literatura românească se află în consonanță cu acest mod de gândire: deindividualizarea este “condiția psihică a indivizilor care consideră că, datorită unor factori de natură fizică (de exemplu, întunericul) sau de natură socială (de exemplu, starea de mulțime), nu mai pot fi identificați” (Chelcea, 1998, p. 91). Ipoteza principală a studiilor pe care le vom descrie succint este că individul deindividualizat, ce nu se mai simte unic, reperabil și responsabil, desfășoară comportamente impulsive și necontrolate.

Mai apare acum o mutație esențială, care conferă specificitate teoriei psihologice a deindividualizării în raport cu teoria mulțimilor: Festinger, Pepitone și Newcomb (1952) afirmă răspicat existența comportamentelor dezinhibate nu numai în mulțimi, dar și “în grupuri de toate mărimile și de toate tipurile” (p. 382). Evident, această conceptualizare a făcut posibilă studierea deindividualizării în laborator.

Experiment

Cei trei autori menționați și-au propus să arate că fenomenul deindividualizării în grup este însoțit de o reducere a constrângerilor interioare, și că, în plus, membrii se simt mai atrași de grupul care le-a favorizat deindividualizarea. Festinger și colaboratorii săi au manipulat deindividualizarea prin intermediul sarcinii. Ei au cerut subiecților-studenți să discute în grupuri (alcătuite din patru pînă la șapte membri) sentimentele pe care le aveau față de părinți, pe baza rezultatelor unui sondaj care arătau că respingerea și ostilitatea față de părinți sunt cele mai răspândite sentimente în rândul tinerilor. Măsura dependentă o reprezenta capacitatea membrilor grupului de a-și aminti ce a spus fiecare din ceilalți în timpul discuției.

Autorii au constatat că în grupurile în care părinții au fost vehement criticați, deci acolo unde au dispărut constrângerile interioare, subiecții nu puteau reproduce discuția colectivă decât cu mare greutate. Incapacitatea subiecților de a-și aminti a fost pusă pe seama deindividualizării – în această stare ei și-au focalizat atenția pe grup ca întreg și nu pe indivizi. În același timp, fiecare participant a simțit că nu formează obiectul atenției celorlalți, ceea ce l-a încurajat să exteriorizeze sentimente pe care în mod obișnuit le ascundea. În această viziune, grupul deține un rol esențial: deindividualizarea apare din pricină că grupul captează întreaga atenție a membrilor.

Experiment

Singer, Brush și Lublin (1965) au folosit o procedură experimentală simplificată în raport cu studiul anterior. Ei intervin în mod direct asupra deindividualizării: subiecții sunt invitați să îmbrace halate largi de laborator, absolut identice. Experimentatorii le ofereau o definiție a literaturii pornografice statuată de Curtea Supremă a Statelor Unite și îi anunțau că sarcina lor era aceea de a aprecia, într-o discuție de grup, dacă un anumit pasaj din romanul *Amantul doamnei Chatterley* de D.H. Lawrence este sau nu pornografic. Subiecții non-identificabili au utilizat într-o mai mare măsură expresii obscene în cursul discuției. Singer și colegii săi au atribuit acest rezultat pierderii conștiinței de sine în starea de deindividualizare. De data aceasta, grupul nu constituie decât un mediu în care evoluează indivizii anonimi. Deindividualizarea, obținută prin manipularea identificabilității, este inferată din comportamentul indezirabil al subiecților.

Cel care a marcat decisiv cercetările asupra deindividualizării a fost Philip Zimbardo. În 1969, el a publicat un articol vast, de o rară calitate intelectuală, în care a propus un cadru teoretic relativ precis, menționând variabilele care produc deindividualizarea, principalele caracteristici ale stării psihologice, precum și comportamentele determinate de deindividualizare. Printre variabilele de input sunt enumerate: anonimul, scăderea responsabilității, activitatea în grup, mărimea grupului, perspectiva temporală modificată (accent exagerat pe prezent, ignorarea viitorului și trecutului),

excitarea fiziologică, input-ul senzorial supradimensionat (de pildă, muzică intensă), implicarea fizică în act, stări modificate de conștiință (prin alcool, droguri, etc.). Fiecare din aceste condiții prealabile pot determina comportamente deindividuate: impulsive, emoționale, iraționale, regresive, scăpate de sub controlul stimulilor externi.

Activitate

Comentați maniera în care psihologul social american definește deindividualizarea: “Deindividualizarea este un proces ipotetic complex în care o serie de condiții sociale duc la schimbări în percepția eului și a altora și la comportamente altminteri reprimite” (Zimbardo, 1969, p. 251).

Ideile lui Zimbardo au dat un nou impuls cercetărilor. El însuși s-a preocupat în special de condițiile ce favorizează apariția stării de deindividualizare. De pildă, în privința mărimii grupului, a raportat un experiment de teren asupra vandalismului, înțeles ca rezultat al deindividualizării.

Experiment

Ipoteza acestui studiu a fost că orașele mari constituie medii propice pentru deindividualizare. Zimbardo a abandonat o mașină veche de zece ani pe o stradă aproape de New York University și o alta, identică, în orașelul Palo Alto din California. El a luat plăcile de înmatriculare ale vehiculelor și le-a ridicat capotele. Zimbardo relatează că primul atac vandalic asupra mașinii din New York a avut loc după zece minute: doi adulți și un copil au luat bateria și radiatorul. După trei zile și 23 de astfel de contacte, din mașină nu mai rămăsese decât caroseria. Prin contrast, mașina abandonată în Palo Alto a rămas neatinsă. Singurul care s-a apropiat de ea a fost un trecător ce i-a coborât capota fiindcă începuse să plouă!

Activitate

Identificați deficiențele de control experimental din studiul de mai sus.

În articolul său, Zimbardo a descris un caz interesant de violență colectivă, ce reflectă degradarea valorii vieții înșăși: încurajarea de către mulțime a celui ce vrea să se sinucidă. În 1967, 200 de studenți de la Universitatea din Oklahoma au îndemnat să sară dintr-un turn pe unul din colegii lor care amenința că se va arunca în gol. Leon Mann (1981) a cercetat colecția *New York Times* pentru perioada 1964-1979 și a descoperit 21 de cazuri de sinucidere publică; în zece din ele s-a petrecut fenomenul semnalat de Zimbardo. Mann distinge câțiva factori care au determinat reacția agresivă a mulțimilor: întunericul, distanța fizică (cel ce vrea să se arunce de etajul 40 nu poate auzi strigătele celor de jos), temperatura înaltă. O caracteristică importantă pare să fi fost mărimea grupului: numai mulțimile cu mai mult de 300 de membri l-au ironizat pe

sinucigaș și i-au cerut să-și ducă gestul până la capăt. Autorul apreciază că astfel de mulțimi asigură anonimatul indivizilor, favorizând deindividualizarea.

După ce a studiat mulțimile care au ucis fără judecată indivizi acuzați de a fi comis acte antisociale, Brian Mullen (1986) a formulat aceeași concluzie. Mullen a analizat 60 de cazuri de linșare, petrecute între 1899 și 1946. El definește deindividualizarea ca lipsa atenției concentrate pe sine și asumă o relație de proporționalitate inversă între mărimea grupului și atenția auto-focalizată: cu cât grupul este mai mare, cu atât membrii sunt mai puțin concentrați asupra lor înșile. În cazul execuției populare, mărimea grupului a influențat atrocitatea. Cu cât mulțimea a fost mai numeroasă (Mullen a calculat o medie de 1492 de membri), cu atât a crescut probabilitatea atrocităților: victima a fost nu numai asasinată, dar și arsă, dezmembrată etc.

Variabila de input care s-a bucurat de cea mai mare atenție din partea lui Zimbardo a fost, fără îndoială, anonimatul. Pentru el, relația esențială în deindividualizare o reprezintă aceea dintre anonimat și comportamentul antisocial. Festinger et al. (1952) au demonstrat că astfel de comportamente corelează cu sentimentul de anonimat, iar Singer et al. (1965) au pus în evidență înclinația subiecților anonimi (îmbrăcați la fel) de a desfășura comportamente antisociale. Zimbardo a continuat această linie de cercetare, dar a instituit ca variabilă dependentă comportamentul agresiv.

Experiment

În cel mai important experiment expus în articolul din 1969, el a făcut apel la subiecți de sex feminin, studențe la New York University. La intrarea în laborator, studentelor li se cerea să îmbrace halate albe foarte largi și să-și pună o glugă pe cap; se inducea astfel sentimentul de anonimat. Unui alt grup de subiecți i se aplica un tratament de “individualizare” – aceștia purtau pe piept insigne cu propriul nume. Înainte de a se lua măsurile dependente, subiecții ascultu un interviu cu o studentă, care era fie onestă și sinceră, fie încrezută și egoistă. Autorul a măsurat șocurile pe care subiecții le-au aplicat acestei “victime” și a constatat că subiecții anonimi au dat dovadă într-o mai mare măsură de agresivitate. Mai mult, dacă subiecții din condiția de individualizare au făcut distincția între studenta simpatică și cea antipatică (tratatănd-o ceva mai agresiv pe ultima), subiecții anonimi aplică șocuri electrice prelungite în ambele cazuri. Experimentatorul a demonstrat, în felul acesta, că stimulii exteriori (trăsăturile victimei) nu controlează comportamentul indivizilor deindividualizați.

Experiment

Rolul anonimatului în declanșarea comportamentelor antisociale a fost confirmat și de alți cercetători. Diener, Fraser, Beaman și Kelem (1976) au organizat un experiment de teren care s-a desfășurat de Halloween. Copiii ce umblau să facă urări erau așteptați de către experimentatori în 27 de case. Ei veneau fie singuri, fie în grup.

Erau primiți în camera de zi și invitați să ia câte o bomboană dintr-un vas aflat pe masă. Apoi adultul care-i întâmpinase se retrăgea, scuzându-se că are de lucru. Variabila dependentă era numărul de bomboane pe care copiii le luau în plus. Copiii purtau costume și măști, iar în condiția “anonimat”, experimentatorul nu făcea nici un efort să-i identifice. Dimpotrivă, în condiția “non-anonimat”, după ce li se lăudau costumele, copiii erau întrebați cum se numesc și unde locuiesc. Datele acestui experiment inedit au confirmat ipoteza lui Zimbardo: anonimatul a favorizat comportamentele antisociale. Copiii non-identificați au luat mai multe bomboane în lipsa adultului. De asemenea, comportamentul antisocial a fost influențat de prezența grupului: copiii aflați în grup au luat mai multe bomboane decât cei ce umblau singuri. Anonimatul are efecte de deindividualizare pronunțate atunci când se produce în grup – cele mai multe bomboane au fost sustrate de către membrii grupurilor care nu fuseseră chestionați asupra identității lor.

Experiment

Mathes și Guest (1976) au demonstrat și ei că anonimatul constituie o cauză a comportamentului antisocial. Subiecții urmau să defileze prin restaurantul universitar purtând o pancartă cu inscripția “Masturbation is fun”. Ei erau întrebați cum preferă să facă acest lucru: singuri și nedeghizați, singuri și deghizați, nedeghizați în grup sau deghizați în grup. Analiza răspunsurilor a relevat că subiecților le este mai ușor să acționeze împotriva normelor sociale când sunt în grup decât atunci când sunt singuri și când sunt deghizați decât atunci când nu sunt. În urma acestui experiment simplu, autorii au formulat trei concluzii: "(a) calitatea de membru al unui grup favorizează comportamentul antisocial; (b) apartenența la un grup induce anonimat; (c) anonimatul facilitează comportamentul antisocial" (Mathes și Guest, 1976, p. 261).

Potrivit lui Zimbardo, anonimatul și alte variabile dau naștere deindividualizării, ce produce la rândul ei o dezinhibare a comportamentelor inhibitate anterior. Totuși, nu în orice situație anonimatul determină agresivitatea și comportamentul antisocial. Cu timpul, cercetătorii au început să-și dea seama că lipsa unei concepții coerente cu privire la deindividualizare ca stare psihologică mediatoare îi împiedica să facă predicții acurate cu privire la comportamentul de output.

Zimbardo însuși raportează în textul din 1969 un experiment aproximativ identic celui cu studentele deindividualizate, dar în care participaseră soldați belgieni. Deindividualizarea s-a indus la fel, prin halate largi și măști. De data aceasta însă, subiecții deindividualizați s-au arătat mai puțin agresivi decât cei individualizați. Încercând să dea un sens datelor, autorul a explicat că tratamentul de deindividualizare a fost, de fapt, unul de individualizare. Subiecții erau deja deindividualizați în uniformele lor militare, iar participarea la experiment i-a făcut să se simtă identificabili.

Zimbardo a susținut nu numai că deindividualizarea stimulează comportamentele îndeobște inhibate, dar că acest lucru se produce indiferent de stimulii din mediu.

Experiment

Johnson și Downing (1979) au atacat această idee într-un experiment foarte convingător. Ei au bănuț că dezinhibarea pusă în evidență în studiile anterioare s-ar putea datora unei variabile parazite și nu neapărat tratamentelor experimentale. De pildă, halatele și glugile folosite de Zimbardo, à la Ku Klux Klan, ca și costumele copiilor de Halloween, sugerează comportamente agresive și antinormative. Ca atare, cei doi autori au introdus în situația experimentală, altminteri asemănătoare cu cea imaginată de Zimbardo, indici care făceau aluzie la comportamente prosociale: subiecții lor au îmbrăcat uniforme de soră medicală. În aceste condiții, subiecții deindividualizați au manifestat o agresivitate mai redusă decât cei individualizați. Johnson și Downing au probat astfel că indicii din situație influențează comportamentul subiecților și că anonimatul are un impact mai slab decât se credea.

Ca și predecesorii săi, Zimbardo a considerat non-identificabilitatea ca fiind condiția cea mai însemnată a deindividualizării. Cercetările ulterioare au nuanțat această idee. De asemenea, ele au îmbogățit tabloul deindividualizării ca stare subiectivă, pe care Zimbardo l-a neglijat. Dacă Festinger, Pepitone și Newcomb (1952) au măsurat un aspect al deindividualizării (capacitatea subiecților de a-și aminti afirmațiile proprii și ale celorlalți membri ai grupului), Zimbardo nu a inițiat demersuri empirice în această direcție. El s-a mulțumit să vorbească despre schimbări subiective inferate – scăderea auto-observării, a auto-evaluării și a grijii pentru evaluarea celorlalți.

Temă

Analizați o situație de deindividualizare la care ați fost martori folosind conceptele propuse de Philip Zimbardo.

XI. Negocierea

Negocierea reprezintă o formă importantă de interacțiune socială. Ea apare ori de câte ori există un conflict între două sau mai multe părți care nu doresc să recurgă la o confruntare violentă. Partea este o persoană sau un grup de persoane cu interese comune ce acționează în concordanță cu preferințele ei. Negocierea presupune comunicare între părți cu scopul de a apropia opțiunile diferite ori opuse. Contextele sociale în care negocierea devine necesară sunt extrem de numeroase. Ele pot fi contexte formale (negocieri între grupuri, organizații, țări) dar și contexte informale (negocieri între prieteni sau în interiorul familiei).

Chertkoff și Esser (1976), într-un text de sinteză des citat, au stabilit cinci trăsături esențiale ale situațiilor de negociere: 1. Există două sau mai multe părți cu interese divergente; 2. Părțile pot comunica; 3. Compromisul este posibil; 4. Fiecare parte poate face oferte provizorii; 5. Ofertele provizorii nu stabilesc rezultatul final până ce una din oferte nu este acceptată de toate părțile. De obicei, există mai multe acorduri posibile, care satisfac în proporții diferite interesele părților. Rezultatul negocierii statuează o situație mai acceptabilă pentru fiecare parte decât dacă nu s-ar fi ajuns la un acord.

Activitate

Enumerați alte forme de soluționare a conflictelor în afara negocierii.

Medierea constituie o formă de negociere în care părțile sunt asistate de o a treia parte. Decizia finală aparține părților implicate, mediatorul asumându-și rolul de a facilita atingerea acordului. Ca și negocierea, medierea presupune o decizie comună, la care părțile aderă în mod benevol.

Negocierea este, în esență, o modalitate de a rezolva un conflict sau o divergență de interese prin intermediul comunicării. Pentru a-și promova interesele, negociatorii înaintează cereri foarte mari sau fac oferte dificil de acceptat de către partener, declară că nu vor părăsi sub nici o formă o anumită poziție, avansează argumente încercând să-și convingă oponentul să cedeze, fac apel la amenințări etc. Dimpotrivă, pentru a se ajunge la un acord reciproc avantajos, cooperarea reprezintă singura cale. Negociatorii înclinați să coopereze fac concesii, se străduiesc să afle preferințele și prioritățile partenerului, furnizează acestuia informații despre propriile preferințe și priorități etc.

Pentru a ilustra câteva trăsături fundamentale ale situațiilor de negociere, să ne imaginăm tranzacționarea unui automobil. Iorgu, cumpărătorul, ar vrea să achiziționeze mașina cu 9000 de dolari, iar Natalia ar vrea să o vândă cu 11000 de dolari. Diferența dintre ceea ce oferă cumpărătorul și ceea ce pretinde vânzătorul este mare și din pricina

aceasta acordul pare improbabil. Să ne imaginăm, totuși, că mașina îi place foarte mult lui Iorgu și că el este dispus să plătească mai mult pentru a o obține. Iorgu n-ar putea oferi însă mai mult de 10500 de dolari, pentru simplul motiv că la atât se cifrează contul lui din bancă. În plus, ar vrea să păstreze măcar 200 de dolari. Pe de altă parte, Natalia are convingerea că dacă ar ceda mașina la mai puțin de 10200, ar vinde-o în pierdere. Iorgu face o ofertă de 9500, apoi una de 10000, ambele respinse. Natalia avansează prețul de 10300, declarând că nu va mai scădea nici un dolar. Iorgu acceptă și afacerea se încheie.

Să remarcăm că pentru fiecare din cele două părți există prețuri dincolo de care ar refuza să negocieze. Iorgu n-ar plăti mai mult de 10500, iar Natalia n-ar vinde mai jos de 10300. Aceste prețuri se numesc limite sau puncte de retragere. Limita este cel mai slab acord pe care negociatorul este dispus să-l accepte. În cazul vânzării-cumpărării, este cel mai mic preț acceptat de vânzător și cel mai mare preț pe care cumpărătorul își poate îngădui să-l achite. Orice acord sub limită reprezintă un rezultat mai slab decât non-acordul.

Cursul negocierilor este influențat nu numai de limitele participanților, dar și de scopurile lor. În exemplul nostru, limita lui Iorgu este 10500, dar el își propune să plătească 10300. Cât despre Natalia, scopul ei este să vândă cu câteva sute de dolari peste 10200, care reprezintă limita ei.

Evident, scopurile sunt superioare limitelor. Cererile negociatorilor se situează însă deasupra scopurilor. Ei cer la începutul interacțiunii foarte mult pentru ca apoi să avanseze cereri tot mai apropiate de scop. Natalia pretinde 11000 de dolari pentru mașină, dar face aceasta anticipând că va fi nevoită să procedeze la concesi. Ea formulează cereri mai reduse pe măsură ce Iorgu adoptă și el un comportament concesiv. De altminteri, reciprocitatea concesiilor reprezintă nucleul negocierii. Un cercetător cunoscut definea negocierea ca “o secvență de cereri descrescătoare”.

Distanța dintre limitele celor două părți constituie un parametru esențial al negocierii. Această distanță a primit numele de marjă de negociere sau zonă de acorduri posibile. Ea poate fi pozitivă, făcând înțelegerea cu puțință, sau negativă, indicând imposibilitatea stabilirii acordului. Marja de negociere din exemplul nostru este pozitivă (diferența dintre limita lui Iorgu, 10500 de dolari și limita Nataliei, 10200 de dolari), însă relativ restrânsă. Acordurile posibile din interiorul unei marje de negociere pozitive sunt opțiuni viabile.

Întrebare

Care este relația dintre mărimea marjei de negociere și probabilitatea acordului?

Negocierea corespunde unui efort al părților de a lua o decizie comună într-o chestiune în care preferințele lor sunt la început opuse din cauza diferenței dintre scopuri. Avem în mod obișnuit tendința de a ne imagina negocierea ca pe o dispută

pentru împărțirea unor resurse, ca pe o încercare de rezolvare a unui conflict de sumă zero. Aceasta este însă numai un tip de negociere, cel mai puțin productiv. .

Negocierea distributivă se întâlnește în situațiile în care o sumă fixă de bunuri ori resurse trebuie alocată între părți. Walton și McKersie (1965) au numit-o “distributivă” pentru că fiecare negociator caută să obțină o distribuie avantajoasă pentru sine a resurselor disputate. Negocierea distributivă reglează, într-adevăr, un conflict de sumă zero. În astfel de cazuri, interesele părților sunt negativ corelate.

Tranzacționarea unui obiect constituie o negociere distributivă. Negociatorii sunt siliți să abordeze o singură temă, iar aceasta instituie o interdependență negativă între ei. Avantajele unuia devin în mod automat dezavantajele celuilalt. Comercializarea unui automobil pune față în față un cumpărător care vrea să plătească cât mai puțin și un vânzător care vrea să obțină cât mai mult. Competiția dintre ei este inevitabilă. Negociatorii apelează la tactici distributive (folosirea argumentelor, angajamente poziționale etc.) pentru a obține concesiuni unilaterale din partea oponentului. Astfel de tactici conferă interacțiunii un aspect de confruntare, de luptă.

Totuși, de foarte multe ori conflictele sociale sunt conflicte de sumă non-zero. Interesele părților nu sunt complet opuse, dar nici în întregime compatibile. Astfel de situații se rezolvă prin negociere integrativă. Walton și McKersie (1965) au folosit epitetul “integrativ” pentru a desemna calitatea anumitor soluții de a integra interesele ambelor părți. Negocierea integrativă presupune creativitate, disponibilitatea pentru coordonarea acțiunilor și încredere în celălalt. Ea înseamnă cooperare pentru descoperirea și crearea avantajelor mutuale. Strategia reprezentativă pentru negocierea integrativă o constituie rezolvarea de probleme, iar deznodământul un acord victorie – victorie.

Exemplu

Să ne imaginăm un cuplu aflat în conflict cu privire la locul unde își va petrece vacanța. Soțul preferă o cabană la munte, iar soția un hotel luxos la mare. Bărbatul își dorește mai presus de orice să meargă la munte; femeia este preocupată de confort. Cei doi vor atinge un acord integrativ dacă se vor înțelege să meargă la munte și să locuiască într-un hotel de lux. Interesele ambilor vor fi satisfăcute într-o măsură mai mare decât dacă ar fi ales pentru câteva zile un hotel scump de pe litoral și apoi alte câteva zile o cabană la munte. Soluția din urmă ar fi fost un compromis.

Să remarcăm faptul că, în mod frecvent, în situațiile cu motive mixte, negociatorii valorizează în mod diferit temele de negociere. Lucrul acesta diminuează considerabil conflictul dintre ei și face posibilă integrarea intereselor într-o soluție mulțumitoare pentru ambii participanți. Cele două părți trebuie să manifeste disponibilitatea de a identifica interesele specifice fiecăruia și interesele comune. Odată parcursă această etapă, fiecare poate face concesiuni pe temele mai puțin importante pentru el. Așadar, negocierile integrative nu sunt posibile decât atunci când există mai

multe teme de la începutul interacțiunii sau când negociatorii creează teme pe măsură ce schimbă informații între ei.

Experiment

Yukl, Malone, Hayslip și Pamin (1976) au simulat o interacțiune între un cumpărător și un vânzător pentru două produse neprecizate, numite doar X și Y. Fiecare subiect primea o tabelă de profituri din care afla câte puncte câștiga pentru acordurile încheiate la diferitele prețuri ale produselor. Pentru cumpărător produsul Y era mai important decât produsul X, iar pentru vânzător ierarhia era inversată, produsul X căpătând o importanță mai mare decât Y.

Tratamentul experimental se realiza prin instrucțiuni date subiecților. În condiția “rezolvare secvențială”, subiecții erau obligați să încheie un acord pentru produsul X înainte de a discuta produsul Y. În condiția “rezolvare simultană”, subiecții abordau ambele teme deodată, iar toate ofertele erau complexe, privind ambele produse. Echipa condusă de Gary Yukl a găsit o diferență semnificativă între prima condiție și cea secundă – participanții din primul grup au obținut profituri cumulate pe diadă mai reduse decât în celălalt grup experimental.

Ideea că cele mai multe situații de negociere au potențial integrativ este îmbrățișată de toți cercetătorii. Este foarte probabil ca doi negociatori să aibă priorități diferite, să valorizeze resursele disputate în mod diferit și să fie în grade diferite înclinați să-și asume riscuri. Diferențele acestea facilitează detectarea temelor compatibile. Or, soluțiile integrative se bazează pe complementaritatea negociatorilor în privința anumitor teme.

Chiar dacă nu este distructivă, negocierea distributivă se încheie cu rezultate incomparabil mai slabe decât dacă părțile ar fi ales rezolvarea de probleme. Acordurile integrative sunt cu mult mai avantajoase: ele folosesc în mod optim toate resursele disponibile, produc satisfacție ambilor negociatori, întăresc relația dintre aceștia, diminuează probabilitatea unui conflict ulterior între ei și contribuie la bunăstarea întregii comunități.

Temă

Arătați în ce măsură negocierile desfășurate între două partide la formarea unei alianțe politice pot avea un caracter integrativ.

XII. Dilemele sociale

1. Interes personal și interes colectiv

Interdependența indivizilor reprezintă, probabil, trăsătura fundamentală a socialului. În multe împrejurări, actele fiecăruia din noi nu depind numai de propriile eforturi, dar și de acțiunile celorlalți.

Problema interdependenței va intra devreme în științele sociale – după 1950, atât economiștii, cât și sociologii și psihologii o tratează cu atenția cuvenită. În psihologia socială se dezvoltă, în deceniul al 6-lea, studiul jocurilor experimentale (gen dilema pizonierului) ca paradigmă de cercetare a contradicțiilor din interesele colective. Psihologii sociali au înțeles că există situații de pură cooperare, în care interesul grupului și cel al individului coincid, după cum există situații de competiție pură, în care ceea ce câștigă un participant pierde celălalt. Au înțeles, de asemenea, că foarte frecvente sunt așa-numitele situații cu motive mixte, în care individul poate alege între comportamente subînținse de motive diverse - interesul personal, interesul altuia sau al grupului ca întreg.

Articolul publicat de Garrett Hardin în 1968 are meritul de a fi evidențiat importanța socială a ultimului tip de situații. Autorul a descris “tragedia comunelor”: un sat din New England are o pășune care se află la dispoziția tuturor țăranilor. Aceștia cad la învoială să trimită câte o vită pe această pășune. Fiecare are interes să mai trimită încă o vită, mărindu-și astfel profitul de pe urma bunului comun. Totuși, pășunea nu este foarte întinsă și nici foarte bogată, și dacă toți fac lucrul acesta, iarba se termină și toți țăranii pierd. Dilema constă în faptul că urmărirea interesului personal de către membrii comunității conduce la un dezastru ce-i afectează pe toți. Ghidați de interesul personal, oamenii nu numai că-i prejudiciază pe ceilalți, dar își fac rău lor înșile.

În orice dilemă, individul are de făcut o alegere cu privire la propriul comportament. El trebuie să aleagă între comportamente de care va beneficia grupul și comportamente de pe urma cărora va trage numai el foloase. Prima alternativă este cea cooperativă, a doua cea non-cooperativă. În dilemele sociale alegerea non-cooperativă conduce la foloase personale evidente, cel puțin în viitorul imediat. Să observăm că, chiar dacă țăranii anticipează deteriorarea completă a pășunii, strategia de a exploata mai intens decât ceilalți resursa comună rămâne cea mai rațională. În cazul în care se produce, realmente, epuizarea resursei, costurile vor fi împărțite de întreaga comunitate.

Întrebare

Cum cooperează indivizii în menținerea curățeniei orașului? Cum se pot preveni alegerile non-cooperative în acest domeniu?

Psihologul care a propus termenul de dileme sociale a fost Robyn Dawes (1980). În studiul său de sinteză sunt amintite problemele grave pe care le pomenise și Hardin: suprapopularea, epuizarea resurselor (de minereuri, energie, etc.), poluarea. Sunt precizate două proprietăți ale dilemelor sociale: “1. fiecare individ are un profit mai mare dacă face o alegere non-cooperativă (de exemplu, dacă folosește toată energia disponibilă, dacă poluează) decât dacă face o alegere cooperativă, dar, 2. indivizii au de câștigat mai mult dacă toți cooperează decât dacă toți evită să coopereze” (Dawes, 1980, p. 169).

Dilemele sociale sunt extrem de frecvente și au consecințe din cele mai importante pentru existența noastră cotidiană. Am menționat dilema semnalată de Hardin, una din cele mai discutate. Alte dileme sociale cunoscute sunt:

- **dilema soldatului:** soldatul rămâne în viață dacă se ascunde în tranșee pe timpul bătăliei, dar dacă toți soldații fac lucrul acesta, bătălia va fi pierdută și ei și ai lor pot pieri. Alegerea cooperativă: a înfrunța primejdia în luptă; alegerea non-cooperativă: a se eschiva de la participarea la bătălie.
- **dilema barierelor vamale:** fiecare țară profită dacă celelalte țări nu pot pătrunde pe piața națională, dar dacă toate țările își închid piețele, economiile naționale și economia mondială regresează. Alegerea cooperativă: a permite accesul pe piața proprie; alegerea non-cooperativă: a interzice total accesul pe piața națională.
- **dilema OPEC:** oricare mare producător de petrol ar dori să extragă cât mai mult pentru a-și maximiza profitul, dar când fiecare extrage și vinde cât de mult poate, prețurile scad și toți producătorii pierd.
- **dilema sindicalistului:** fiecare câștigă neplătindu-și cotizația, dar dacă toată lumea face astfel, sindicatul încetează să funcționeze. Alegerea cooperativă: a achita cotizația; alegerea non-cooperativă: a nu plăti cotizația.
- **dilema televiziunii publice:** fiecare telespectator este interesat să nu plătească taxa, dar neplata generalizată duce la desființarea instituției. Alegerea cooperativă: a plăti taxa; alegerea non-cooperativă: a nu plăti taxa lunară.
- **dilema bugetului:** fiecare individ are interes să nu-și plătească impozitele, dar dacă toți procedează astfel, bugetul este deficitar și statul nu mai poate funcționa ca organism. În acest caz, a coopera echivalează cu a achita impozitele, iar a nu coopera cu neplata impozitelor.

Se poate ușor constata că multe din problemele politice sau sociale sunt, de fapt, dileme sociale. Dar dilemele sociale nu apar numai la scara unor grupuri foarte mari ca națiunile sau comunitățile locale: ele sunt prezente și în viața grupurilor mici. De pildă, situația în care mama face prăjituri pentru musafirii ce vor veni seara se poate transforma într-o dilemă socială. Fiecare membru al familiei are convingerea că el poate să mănânce prăjituri înainte de sosirea musafirilor, dar dacă toți procedează astfel, familia nu va mai avea ce oferi invitaților. La fel, curățirea camerei studentești de cămin poate fi o dilemă socială. Cât timp există șanse ca un alt coleg să facă curățenie, fiecare se eschivează, economisind astfel timp și eforturi; dar dacă toți cei ce locuiesc în cameră se eschivează, atunci camera nu va fi niciodată curățată.

2. Jocurile experimentale

Un joc experimental este o situație în care fiecare din participanți (sau jucători) are de ales una din mai multe alternative bine definite. Toate alegerile au consecințe atât pentru actor, cât și pentru ceilalți jucători implicați, iar actorii sunt conștienți de aceste consecințe.

Cel mai cunoscut joc experimental este dilema prizonierului pentru două persoane. Doi bărbați, Tom și Mike, acuzați de a fi jefuit o bancă, sunt arestați și închiși în celule separate. Incapabil să le dovedească vinovăția, procurorul le propune un târg. Fiecare prizonier poate alege între a mărturisi (alegerea non-cooperativă în raport cu celălalt prizonier, care ar fi astfel denunțat), sau a nu mărturisi (alegerea cooperativă). Propunerea procurorului îi face interdependenți: soarta lui Tom depinde nu numai de decizia sa, dar și de ceea ce hotărăște să facă Mike. Dacă Mike refuză să mărturisească, dar Tom o face, oferind probele necesare pentru ca tribunalul să-l poată condamna pe Mike, Mike va primi maximum de pedeapsă, 10 ani de închisoare, în timp ce Tom va fi liber. Lui Mike i se oferă aceeași oportunitate. Dacă nici unul nu mărturisește, poliția și procurorul nu au dovezi decât pentru o condamnare de un an. În sfârșit, dacă amândoi recunosc de a fi jefuit banca, fiecare va primi o pedeapsă de 5 ani de închisoare.

Cum vor reacționa cei doi bărbați, în condițiile în care se află în imposibilitate de a comunica și de a se pune de acord? Dacă Mike mărturisește, Tom ar face bine să mărturisească și el (5 ani de închisoare) decât să nu mărturisească (10 ani de închisoare). Pe de altă parte, dacă Mike nu mărturisește, alternativa cea mai bună a lui Tom rămîne tot aceea de a mărturisi (libertatea); în acest caz, dacă nu mărturisește, Tom se alege cu un an de închisoare. Așadar, oricum ar sta lucrurile, alegerea cea mai inteligentă a lui Tom este aceea de a mărturisi – ceea ce a urmărit, de fapt, procurorul. Totuși, dacă, în cealaltă celulă, Mike ajunge la aceeași concluzie și se hotărăște să mărturisească, atunci și el și Tom vor petrece 5 ani în închisoare, ceea ce ar fi mult mai rău decât dacă nici unul din ei nu ar mărturisi (un an de închisoare). Tom și Mike sunt prinși într-o dilemă socială. Pentru fiecare din ei ar fi avantajos să aleagă varianta non-cooperativă (să

mărturisească totul poliției), dar dacă amîndoi aleg varianta care le satisface cel mai bine interesele personale, vor suporta consecințe extrem de neplăcute

Activitate

Dați exemple de interdependențe tip “dilema prizonierului” ce pot apărea între doi frați minori. Dar între două state vecine?

Este limpede însă că în situațiile sociale reale sunt implicați de obicei mai mult decît doi actori. Dilema prizonierului cu două persoane poate fi extinsă. Un astfel de joc experimental extins (dilemă cu n persoane) captează structura decizională a problemelor din viața reală. Iată, spre a ne convinge, unul din cele mai cunoscute jocuri de acest gen, imaginat de Kelley și Grzelak (1972). Acești psihologi au folosit grupuri de 10-15 persoane. Subiecții sunt invitați să se așeze în jurul unei mese rotunde. Fiecare primește câte două cartonașe de mărimea cărților de joc, ce au culori diferite. Li se spune că pot câștiga bani ridicând, la semnalul experimentatorului, unul din cartonașe. Scopul participării lor este, de altfel, acela de a câștiga cât mai mulți bani. În continuare, consemnul face o distincție importantă între cartonașe: ridicarea unuia din ele aduce un câștig mare, imediat (acesta este cartonașul interesului personal sau al alegerii non-cooperative) în vreme ce ridicarea celui alt cartonaș aduce un câștig mai puțin consistent persoanei, dar crește câștigurile celorlalți jucători (cartonașul interesului comun sau al alegerii cooperative). Kelley și Grzelak au variat structura de profituri individuale și colective, aceasta constituind principalul aspect al situațiilor de interdependență colectivă care-i interesa. În orice caz, ne putem imagina o condiție experimentală în care cartonașul “non-cooperativ” înseamnă un câștig de opt puncte, iar cel “cooperativ” un câștig de două puncte, acesta din urmă aducând, în plus, fiecăruia din ceilalți participanți, un profit de două puncte. Într-un grup de 15 membri, în cazul alegerii non-cooperative fiecare își va trece în cont opt puncte, în vreme ce cooperarea tuturor ar aduce fiecăruia 30 de puncte. Jocul lui Kelley și Grzelak este astfel conceput încât urmărirea interesului colectiv de către toți participanții este mult mai profitabilă decît opțiunile egoiste. Din păcate, rezultatele lor indică un nivel relativ coborât al cooperării.

3. Paradigma resurselor și paradigma bunurilor publice

În câmpul extrem de vast al studiilor asupra dilemelor sociale, există astăzi două paradigme de cercetare dominante: paradigma dilemelor resurselor și paradigma dilemelor bunurilor publice. Dilema resurselor este inspirată de dilema descrisă de Hardin: o situație în care o comunitate exploatează nechibzuit o resursă pe cale să se epuizeze – nici unul din participanți nu vrea să se gândească la consecințele pe termen lung ale modalității actuale de folosire a resursei comune. În astfel de situații, oamenii

acționează în temeiul interesului personal imediat, ceea ce pe termen lung duce la pierderi sociale considerabile.

Pentru a simula proprietățile esențiale ale unei astfel de situații, Jerdee și Rosen (1974) au dezvoltat o paradigmă a managementului resurselor, în care fiecare membru al unui grup ia o serie de decizii cu privire la cât trebuie consumat din resursă. Designul lor a fost reluat de mulți psihologi sociali, devenind un model de cercetare. Ei au cerut subiecților să-și imagineze că sunt reprezentanții unor firme și că licitează pentru contracte de producție. Li se spune din start că țelul lor este de a spori profitul firmei căreia îi aparțin. La fiecare ședință de licitare, subiecții pot face fie o “ofertă complexă”, fie o “ofertă simplă”. Prima implică un cost mai mare, pentru că ține seama de cheltuielile de control al calității, anti-poluare, conservare a resurselor naturale. Ea le aduce subiecților un profit redus, mai cu seamă dacă partenerii lor, care reprezintă alte firme, nu fac același tip de ofertă. Totuși, pe termen lung, odată cu amortizarea investițiilor, această ofertă aduce tuturor profituri mulțumitoare, asigurând, în același timp, prestigiul industriașilor. Pe de altă parte, subiecții sunt liberi să înainteze oferta simplă, care nu include cheltuielile adiționale: ei propun astfel prețuri mici și pot avea profituri imediate însemnate. Totuși, dacă toate firmele hotărăsc să lucreze în felul acesta, profiturile tuturor vor scădea treptat. Subiecții primesc, în plus, o listă de profituri, din care înțeleg că dacă toți fac oferta complexă, fiecare câștigă câte 40 de dolari, iar dacă toți fac oferta simplă, fiecare câștigă câte 25 de dolari. Cu cât sunt mai mulți cei ce prezintă oferte complexe, cu atât comunitatea fabricanților câștigă mai mult și cu cât sunt mai mulți cei cu oferte simple, cu atât industria pe ansamblu câștigă mai puțin. Este clar că fiecare subiect este avantajat dacă el singur izbutește să vândă produse ce nu au incluse în preț cheltuieli adiționale. Lista cu profituri indică un beneficiu de 45 de dolari în cazul acesta, în vreme ce dacă subiectul este singurul care face oferta complexă, va câștiga numai 20 de dolari. Totuși, non-cooperarea colectivă duce la compromiterea profiturilor viitoare. Acest joc al deciziilor de afaceri modelează cu destulă fidelitate dilemele cotidiene.

Paradigma bunului public este întrucâtva diferită de dilema resurselor, deși ambele tipuri de dileme presupun existența unei resurse comune, accesul liber la această resursă și cooperarea voluntară a membrilor grupului în vederea perpetuării resursei comune. În raport cu bunurile private, bunurile publice, odată produse, sunt accesibile tuturor membrilor unei comunități. Excluderea de la consum, deci împiedicarea unor indivizi, pe un criteriu sau altul, de a beneficia de bunul public, este, în principiu, imposibilă. Folosirea lor de către o persoană nu reduce partea disponibilă pentru consumul celorlalți. Problema principală a bunurilor publice constă în aceea că dacă producerea lor este lăsată în seama inițiativelor personale ale membrilor grupului, atunci bunurile publice ori nu vor fi produse în cantitatea de care are nevoie comunitatea, ori chiar nu vor fi produse deloc. Exemple de bunuri publice sunt parcurile publice, radioul și televiziunea publice, bibliotecile publice, aerul curat etc.

Așadar, specificul acestui tip de dileme sociale constă în faptul că bunurile publice nu pot funcționa fără efortul inițial al indivizilor. Existența lor este condiționată de contribuțiile personale. Până să poată beneficia de o astfel de resursă comună, membrii comunității (toți sau măcar o parte din ei) trebuie să coopereze pentru constituirea acesteia. În dilema bunurilor publice, decizia inițială a individului nu privește menținerea fondului comun, ca în dilemele resurselor, ci înființarea acestuia prin renunțarea la un beneficiu personal imediat în favoarea interesului colectivității. De aceea, sunt numeroase împrejurările în care, chiar dacă comunitatea are o nevoie stringentă de un anumit bun public, indivizii nu vor face eforturile necesare pentru a-l produce.

Activitate

Descrieți dificultățile pe care le întâmpină o mini-comunitate urbană (câteva blocuri vecine) când își propune să se doteze cu un parc de joacă pentru copii prin contribuțiile membrilor.

Multă vreme, problemele legate de bunurile publice au fost studiate de economiști și de sociologi. Economiștii au fost primii care au remarcat apariția dilemei acțiunii colective în situațiile în care o comunitate încearcă să se doteze cu un bun public. Ei s-au interesat mai cu seamă de rațiunile pentru care cei ce au contribuit la constituirea bunului public nu-i pot exclude de la consum pe cei ce n-au contribuit.

Un articol publicat de van de Kragt, Orbell și Dawes în 1983 a câștigat interesul psihologilor sociali pentru acest tip de dileme. Cei trei autori menționați propuneau o paradigmă extrem de simplă și elegantă pentru studierea constituirii bunurilor publice. Mai precis, demersul lor privește un anumit tip de resurse comune: cele care se pot forma prin contribuția unei părți din membrii comunității (în limba engleză, *step-level public goods*). Subiecții primesc inițial o sumă de bani și li se cere să decidă dacă vor contribui la un bun public (fiecare ar putea primi un premiu de 10 dolari). De bunul public vor beneficia toți membrii grupului dacă se vor aduce un anumit număr minim de contribuții (m). Dacă aceste contribuții nu vor fi cedate în folosul grupului, bunul public nu se va putea constitui. Experimentatorii au utilizat grupuri de șapte indivizi, în vreme ce m a luat valoarea 3 – așadar, pentru formarea resursei comune nu este necesar aportul tuturor membrilor grupului, ci a unei părți din ei, așa cum, adesea, se întâmplă în viața cotidiană. Desigur, bunul public se va constitui și atunci când mai mult de trei indivizi vor accepta să coopereze. Dar dacă cel puțin trei (care reprezintă, în acest caz, pragul minim al contribuțiilor) nu iau decizii în folosul comunității, aceasta va fi lipsită de beneficiile bunului public.

Van de Kragt și colegii săi au variat comunicarea între subiecți în etapa care a precedat luarea deciziilor și au urmărit criteriile pe baza cărora grupul stabilește cine urmează să contribuie. Majoritatea grupurilor studiate au convins trei membri să se sacrifice (atingând astfel un nivel optim al contribuțiilor) și numai două grupuri au

contribuit în exces (mai mult de trei membri au cedat din resursele lor private în profitul fondului comun).

4. Rezolvarea dilemelor sociale prin schimbări structurale

Schimbările structurale sunt cele care modifică natura dilemei. Dacă soluțiile individuale depind de inițiativele personale și de modificarea independentă a comportamentului individual, soluțiile structurale implică eforturile coordonate ale grupului în vederea schimbării patternului de recompense sau a structurii de luare a deciziei. De pildă, instalarea apometrelor în apartamente este o soluție structurală la dilema consumului de apă casnică – această intervenție transformă radical patternul stimulilor în raport cu situația în care întregul imobil plătește o factură unică. Studiile americane au arătat încă din anii '60 că măsurarea consumului de apă aduce economii de 35%. Și creșterea costului apei ar fi o soluție structurală în dilema consumului de apă.

În domeniul bunurilor publice, a-i obliga pe toți angajații să se afilieze la sindicat este o soluție structurală pentru dilema sindicalistului – în felul acesta, cei ce nu se alătură sindicatului nu se mai pot bucura nemeritat de drepturile sociale și salariale obținute de sindicat. În Statele Unite, multe sindicate condiționează însăși încadrarea de afiliere. De asemenea, în multe școli americane, profesorii neafiliați sindicatului plătesc o taxă de neafiliere.

a. Schimbarea structurii de costuri-beneficii

Însăși definiția soluțiilor structurale se referă la această manieră de intervenție. Există două căi sigure de a influența cooperarea în situațiile de dilemă socială: a micșora beneficiile pe care indivizii le obțin de pe urma noncooperării și a crește beneficiile de pe urma cooperării. Această influență se poate exercita facil pe cale formală. De pildă, grupul sau o autoritate cu putere de a edicta norme valabile în grup pot decide sancțiuni negative pentru non-cooperare, mărindest astfel costurile acesteia.

b. Privatizarea

În dilema expusă de Hardin (1968) o soluție simplă este împărțirea pășunii în loturi personale, delimitate de garduri. În acest caz, dacă țăranii nu știu să-și exploateze loturile, vor suferi fiecare în parte consecințele. Fiecare va fi motivat, de aceea, să utilizeze resursa pe care o posedă în mod responsabil.

Ideea aceasta, a administrării superioare a resursei individuale a fost testată de doi psihologi americani. Autorii au folosit o sarcină de management al resursei și au probat că indivizii mențin mai ușor și mai eficient o resursă care se regenerează decât grupurile. Așadar, transformarea resurselor deținute în comun în resurse private

reprezintă o soluție viabilă în dilemele sociale. Din păcate, multe resurse deținute în comun nu se pot diviza pentru a se atribui indivizilor părți spre folosință privată.

c. Reducerea mărimii grupului

Cu cât grupul celor implicați într-o dilemă socială este mai mare, cu atât ea este mai dificil de rezolvat. În fond, privatizarea înseamnă reducerea grupului participanților la un singur membru. Multe experimente au arătat că tendința membrilor de a-și controla egoismul și tendința spre cooperare cresc odată cu diminuarea taliei grupului.

d. Stabilirea unei autorități supraordonate

În câmpul teoretic al dilemelor sociale, o literatură imensă este consacrată felului în care pot funcționa structurile de autoritate instituite pentru a regla accesul la resursele comune restrânse. S-au studiat, de exemplu, alegerea și instalarea autorităților supraordonate, crearea legăturilor între comunitate și autoritate, instituirea și menținerea sistemului de sancțiuni.

Multe studii insistă asupra ideii de legitimitate a autorității. Legitimitatea se referă la credința membrilor comunității că autoritatea este cea mai potrivită instanță de decizie într-o anumită problemă. Au fost distinse trei aspecte ale legitimității: 1. încrederea membrilor în autoritate (convingerea lor intimă că autoritatea este onestă și competentă); 2. voința indivizilor de a accepta deciziile autorității; 3. sentimentul de obligație pe care-l resimt indivizii de a respecta regulile edictate de autoritate. S-a demonstrat că onestitatea procedurilor de luare a deciziilor folosite de autoritate îi asigură acesteia un impact considerabil. În același timp o autoritate democratică nu se poate impune și nu poate avea eficiență decât într-o comunitate în care procesele de identificare sunt intense.

Temă

Stabiliți schimbările structurale ce ar trebui să se producă în dilema bugetului pentru a reduce evaziunea fiscală.

XIII. Psihologia spațiului

A. Teritorialitatea

1. Tipuri de teritorii

Conceptul de teritoriu se referă la maniera în care folosim locurile sau spațiile potrivit semnificațiilor psihologice și culturale pe care le-o conferă cadrele sociale. Un teritoriu corespunde, în general, unui spațiu fizic precis delimitat; adesea, el este amenajat pentru o activitate definită și pentru a primi o persoană sau un grup. El are o configurație particulară după funcțiile pe care le îndeplinește și impune un stil de ocupare a spațiului pentru cei ce-l folosesc. În plus, ideea de teritoriu desemnează în mod obișnuit personalizarea locului cu ajutorul unor marcatori și a unor elemente care indică cine îl ocupă la un moment dat (Worchel și Cooper, 1979).

Teritoriul reprezintă, așadar, un loc socializat în măsura în care caracteristicile sale fizice și aspectele culturale ce-i sunt atribuite se combină într-un singur sistem. Din acest punct de vedere, au fost distinse trei tipuri de teritorii:

1. **Teritoriul primar** este ocupat în mod constant de aceeași persoană sau de același grup de persoane. Ocupantul este întotdeauna cunoscut și controlează teritoriul. Exemplul cel mai utilizat de teritoriu primar este locuința. Un astfel de teritoriu asigură intimitatea. El poate fi personalizat și orice intruziune este resimțită ca o violare.

2. **Teritoriul secundar** nu este la fel de central pentru viața indivizilor ca și teritoriile primare. De obicei, nu este foarte clar cui aparține. Adesea, un număr relativ mare de persoane au acces la un teritoriu secundar. Un bun exemplu de teritoriu secundar îl constituie locul unui student într-un amfiteatru. Fiecare din noi are obiceiul de a sta pe un anumit loc atunci când participă la un curs într-o anumită sală. Dacă o altă persoană se așează pe “locul nostru”, lucrul acesta ne va deranja, însă nu vom putea să o alungăm de acolo – tot ce vom putea face va fi să sosim mai repede la curs săptămîna următoare pentru a ocupa locul.

3. **Teritoriul public** este “deschis publicului” și nici un individ nu crede că are drepturi asupra acestor teritorii atunci când nu le ocupă. Cabina telefonică sau scaunul din tramvai constituie exemple de teritorii publice.

Distincția dintre tipurile de teritorii este importantă pentru că ne ajută să înțelegem sentimentele cu care indivizii se raportează la teritoriu și să prezicem cum va

reacționa un individ când un anumit teritoriu este invadat. Oamenii sunt extrem de atașați față de teritoriile primare. Ei derivă o parte din identitatea lor din aceste teritorii.

Întrebare

Ce fel de teritorii sunt locurile de parcare ale locatarilor unui bloc?

2. Funcții ale teritorialității

Studiile asupra comportamentului animal au indicat numeroase funcții ale controlului asupra teritoriului. Delimitarea teritoriului ajută la reglarea densității speciei. În general, orice mascul revendică un teritoriu. Pentru a-l controla, animalul trebuie să aibă puterea să-l alunge pe invadatori. Astfel, numai exemplarele bine adaptate controlează teritorii și numai ele se împreunează cu femelele. Ca atare, teritorialitatea constituie un factor important în perpetuarea exemplarelor cu potențial reproductiv.

Și în cazul speciei umane teritorialitatea are numeroase funcții. Ea constituie, înainte de toate, baza organizării sociale stabile. De pildă, diadele izolate își împart camera pe care o ocupă în teritorii distincte. Aceasta le ajută să evite conflictele, dat fiind că cei doi membri nu-și vor disputa de fiecare dată patul în care să doarmă ori scaunul pe care să se așaze. Grupurile care funcționează cel mai bine în izolare sunt cele care au stabilit delimitări teritoriale clare de la începutul coabitării. Cuplurile căsătorite au un comportament teritorial mai pregnant decât cele care locuiesc temporar la un loc.

Teritorialitatea servește la reglarea intimității. Individul se poate retrage în teritoriul primar și poate rămâne singur. În felul acesta el “închide” lumea exterioară pentru el și reglează interacțiunile cu ea.

O a treia funcție a teritorialității la oameni prezintă analogii cu protejarea teritoriului în lumea animală. Oamenii par să aibă un avantaj limpede al “terenului propriu”: ei au performanțe mai bune când se află pe un teritoriu care le aparține. Desigur, familiaritatea cu teritoriul propriu joacă un rol însemnat în cadrul acestui fenomen.

Activitate

Ilustrați această funcție a teritorialității cu exemple din domeniul sportiv.

Cei ce studiază comportamentul animal au observat că atunci când animalele luptă pentru teritoriu, cel mai adesea cel care pierde este invadatorul. Ofițerii de carieră știu că soldații luptă cu mult mai multă trageră de inimă “acasă” decât într-un teritoriu străin. Când se află pe propriul teritoriu, indivizii se simt mai bine și acționează cu mai multă autoritate.

Experiment

Un psiholog social american a efectuat un experiment în care subiecților li se cerea să discute cazul unui criminal ce urma a fi executat. Subiecții erau cu toții studenți, convorbirile aveau loc în diade și se desfășurau în camera de cămin a unuia din membrii diadei. Autorul a putut nota faptul că cel ce locuia în camera în care se purta discuția vorbea mai mult și aducea mai multe argumente.

3. Stabilirea și protejarea teritoriului

Atât animalele, cât și oamenii utilizează marcatori pentru a-și defini teritoriul. Marcatorii sunt obiecte care indică posesiunea teritoriului de către un anumit individ. Unele animale, precum cerbul, își trasează granițele teritoriului zgâriind coaja copacilor. Câinele domestic urinează în jurul teritoriului pe care-l revendică.

Întrebare

Cum delimitează oamenii teritoriile care le aparțin în exclusivitate?

În general, marcatorii utilizați pentru a defini și a proteja teritoriul sunt vizibili și recunoscuți de toată lumea. Există studii care atestă faptul că indivizii încearcă să protejeze teritorii secundare sau chiar publice prin intermediul marcatorilor.

Experiment

Sommer și Becker (1969) au examinat eficiența diferiților marcatori în protejarea teritoriului. Pe un scaun dintr-o sală de lectură relativ aglomerată a unei biblioteci, experimentatorii au plasat marcatori și au observat reacțiile celor ce aveau intenția să ocupe scaunul. Rezultatele au indicat că eficiența marcatorilor depinde de numărul lor și de caracterul lor personal. De pildă, atunci când pe scaun au fost lăsate o haină și un caiet, nimeni nu a îndrăznit să se așaze. Haina singură este un marcator eficient, deși se produc acte de invazie. Când s-au folosit ca marcatori reviste din rafturile bibliotecii, scaunul a fost ocupat de alți indivizi.

Cu privire la marcarea teritoriilor secundare, un bun exemplu îl reprezintă situația din tramvai în care cineva își lasă geanta pe un scaun pînă își cumpără bilet.

Totuși, adeseori teritoriul pe care-l revendică un individ este invadat de altul. Animalele adoptă lupta deschisă pentru a-și apăra teritoriul. Și oamenii fac același lucru când este vorba de teritoriul primar. Numai rareori indivizii intră în conflict pentru a proteja un teritoriu secundar sau public.

B. Spațiul personal

1. Definirea spațiului personal

Conceptul de teritorialitate presupune comportamente centrate pe un teritoriu fix. Există însă și un alt tip de comportament teritorial, legat de un teritoriu mobil.

Edward Hall (1966, apud Worchel și Cooper, 1979), un antropolog, a fost fascinat de felul în care animalele utilizează spațiul și s-a întrebat în ce măsură aceste patternuri de comportament se regăsesc la om. El a propus termenul de *proxemică* pentru a desemna studiul folosirii spațiului de către om. De asemenea, el a folosit termenul de spațiu personal pentru spațiul din imediata apropiere a persoanei. Potrivit lui Hall, spațiul personal ia forma unei sfere, iar individul nutrește sentimente de proprietate pentru această sferă mobilă în care se include.

Hall a identificat patru tipuri de distanță ce caracterizează interacțiunile indivizilor din societățile vestice:

1. **Distanța intimă** – caracterizează interacțiunile dintre îndrăgostiți, soți, mamă și copil, etc. Ea presupune contactul fizic sau interacțiuni de felul comunicării în șoaptă.
2. **Distanța personală** – apare în interacțiunile dintre prieteni, soț și soție, etc. Distanța personală înseamnă în general o lungime de braț și constituie distanța obișnuită în interacțiunile cotidiene dintre prieteni și cunoștințe care discută chestiuni de interes personal dar nu se angajează în contacte fizice.
3. **Distanța socială** – aceasta este utilizată atât în interacțiunile cu cei pe care-i cunoaștem superficial, cât și în interacțiunile formale – de pildă, atunci când ne adresăm unui funcționar sau unui vânzător.
4. **Distanța publică** – caracterizează interacțiunile deosebit de formale. Ea presupune o distanță fizică de 3-8 metri. Este distanța pe care o păstrăm față de personajele foarte importante, înzestrate cu putere sau devenite celebre.

Spațiul personal nu are o formă perfect circulară: el este mai mare în fața individului, și mai redus în spate și pe părți. Pe de altă parte, un studiu al lui Knowles (1973) a evidențiat faptul că grupurile, ca și indivizii, au spații personale.

Experiment

Knowles a plasat grupuri de două sau patru persoane în centrul sălii de așteptare a unui aeroport și a constatat că rareori existau “invadatori” care treceau prin grup; cei mai mulți trecători ocoleau grupul. Cu cât grupul era mai mare, cu atât era mai puțin probabil ca spațiul său să fie violat.

2. Dezvoltarea spațiului personal

Comportamentele spațiale pe care le-am descris nu sunt înnăscute, ci învățate. Există cercetări care atestă că numai la vârsta de patru sau cinci ani copii încep să arate comportamente spațiale consistente. La 12-13 ani normele spațiale ale preadolescentului sunt foarte asemănătoare cu cele ale adultului.

Un aspect interesant al comportamentului spațial îl constituie relația dintre copii și adulți. În mod firesc, indivizii respectă drepturile spațiale ale celorlalți, ferindu-se să le violeze spațiul personal. Totuși, Fry și Willis (1971) au arătat că adulții acționează ca și cum copiii n-ar avea dreptul la spațiu personal; pe de altă parte, ei nu reacționează atunci când copiii le violează spațiul personal.

Experiment

Cei doi autori au instruit niște copii de 5, 8 și 10 ani să se așeze cât de aproape pot de adulții care așteptau în holul unui cinematograful, fără însă să-i atingă. Adulții au reacționat cu zâmbete și mîngîieri pe creștet la invazia spațiului lor personal de către copiii de cinci ani. Apropierea copiilor de opt ani nu provoca nici o reacție deosebită, dar față de cei de zece ani adulții se comportau de parcă le-ar fi stat prea aproape un alt adult: dădeau semne că se simt deranjați și făceau un pas înapoi. Ca atare, adulții tolerează sau chiar agreează invadarea spațiului lor personal de către copiii mici, dar resimt ca pe o violare a spațiului personal apropierea copiilor mai mari.

3. Factori care afectează spațiul personal

Spațiul personal depinde de sexul persoanei. Cercetările au relevat că femeile au, în general, un spațiu personal mai redus decât acela al bărbaților. Indivizii de sex opus mențin o distanță personală mai mare între ei decât indivizii aparținînd aceluiași grup sexual. O explicație posibilă pentru acest fenomen ar putea face apel la tabu-urile privind homosexualitatea. Copiii sunt adesea pedepsiți de părinții lor dacă ating sau mîngîie un copil de același sex. Pe de altă parte, ei află că preferințele heterosexuale sunt acceptate. De aceea, comportamentul sexual al copiilor ar putea rezulta din normele asupra comportamentului sexual permis. Un argument suplimentar în această privință îl constituie faptul că normele ce reglează spațiul personal se dezvoltă la vârsta pubertății.

Fischer și Byrne (1975) au mai stabilit o diferență între comportamentul spațial al femeilor și cel al bărbaților: bărbații răspund mai negativ la invaziile frontale ale spațiului lor, în vreme ce femeile reacționează mai negativ la invaziile laterale. Fischer și Byrne au făcut predicția că bărbații vor fi mai preocupați să-și apere spațiul frontal, în vreme ce femeile își vor apăra mai curînd spațiul lateral. Pentru a testa această ipoteză, cei doi psihologi au observat comportamentul studenților și studentelor într-o bibliotecă. Ei au constatat că studenții își puneau lucrurile în fața lor, încercînd astfel să-și împiedice

pe alții să se așeze de cealaltă parte a mesei, în vreme ce studentele le puneau pe scaunul de lângă ele, reducând posibilitatea unei invazii din acea direcție.

Cultura reprezintă un factor important al spațiului personal. Locuitorii Americii latine, francezii și arabii interacționează la distanțe mai mici decât o fac cei din Statele Unite, englezii sau suedezii. S-a arătat, de asemenea, că indivizii interacționează la distanțe mai mici cu cei aparținând aceleiași culturi decât cu cei dintr-o cultură străină.

Și caracteristicile personale afectează mărimea spațiului personal. De pildă, indivizii considerați a fi violenți au spații personale de trei ori mai mari. Sommer (1959) a descoperit că persoanele schizofrene stau fie foarte aproape, fie foarte departe de o altă persoană, în vreme ce indivizii normali aleg distanțe intermediare.

În sfârșit, tipul relației își pune amprenta asupra spațiului personal. Proximitatea determină atracția, dar la rândul ei este determinată de aceasta. Cu cât membrii grupului se simpatizează mai mult unul pe altul, cu atât distanțele interpersonale dintre ei sunt mai mici.

Experiment

Rosenfeld (1965) a realizat un experiment în care a cerut subiecților să încerce să se facă simpatizați de un complice sau, dimpotrivă să facă în așa fel încât acțiunile lor să fie dezaprobat de aceștia. Complicele stătea așezat într-o încăpere relativ goală; subiectul primea un scaun și era îndemnat să-și plaseze scaunul în ce poziție dorește. Autorul a putut nota că subiecții care încercau să se facă acceptați de către complice se așezau mai aproape de acesta decât ceilalți.

4. Reacții la invadarea spațiului personal

Există foarte multe studii care atestă că oamenii au spații personale clar definite, deși mărimea acestor spații depinde de un număr de variabile. Indivizii evită, pe cât posibil, să invadeze spațiul personal al altora. Totuși, în viața cotidiană apar multe împrejurări în care se produc astfel de violări. Cum reacționează indivizii în aceste situații și ce efecte au astfel de invadări?

Întrebare

Cum se adaptează oamenii la aglomerația din tramvai?

Una din reacțiile obișnuite la violarea spațiului personal este stresul. Subiecții raportează că nu se simt în largul lor și că au o senzație de incomfort. Astfel de sentimente sunt însoțite de excitare fiziologică. În anii '60 s-a pus în evidență creșterea conductibilității electrice a pielii în cazul subiecților care resimt violarea spațiului personal. Acest răspuns fiziologic al subiecților este mai accentuat când invadarea spațiului personal se produce frontal (Worchel și Cooper, 1979).

Experiment

Într-un studiu foarte elegant, dar mult criticat pentru încălcarea reglementărilor de etică a cercetării, Middelmeist, Knowles și Matter (1976) au studiat maniera în care violarea spațiului personal influențează urinarea subiecților bărbați în toaletele publice. Cercetătorii așezau complici la diferite distanțe de subiecții care urinau. Ei foloseau un fel de periscop, cu ajutorul căruia puteau examina comportamentul subiectului. Astfel, au constatat că la bărbații care aveau un complice foarte aproape, jetul urinar era întârziat. Cercetarea aceasta bizară, care încalcă în mod grosolan dreptul la intimitate al subiecților, se justifică prin faptul că jetul urinar întârziat este recunoscut ca una din cele mai bune măsuri ale excitării fiziologice ce însoțește stressul. Astfel, această procedură simplă, chiar dacă neobișnuită, furnizează o dovadă peremptorie pentru ideea că invadarea spațiului personal amplifică excitarea fiziologică.

De asemenea, indivizii reacționează la violarea spațiului lor personal retrăgându-se, mișcându-se pentru a restabili distanța pe care o consideră potrivită sau părăsind situația. Sunt celebre experimentele lui Sommer (1959) în care se observă astfel de gesturi ale subiecților.

Experiment

Sommer a instruit complici de sex feminin să se așeze, în bibliotecă, la masa ocupată de o studentă. Complicele se așeza: 1. pe scaunul de lângă studentă și îl trăgea mai aproape de aceasta; 2. pe același scaun fără să-l miște; 3. față în față cu studenta; 4. pe un scaun în spatele acesteia. S-a folosit un grup de control, alcătuit din subiecți al căror spațiu personal nu era invadat. Autorul a constatat că în prima condiție 70% din subiecți părăseau masa după 30 de minute – în grupul de control, numai 10% din subiecți făceau lucrul acesta. Sommer a remarcat că subiecții încercau să-și apere teritoriul înainte de a pleca – își mutau scaunul, își schimbau poziția, ridicau bariere între ei și invadatori. Psihologul american a notat, de asemenea, că din cei 149 de subiecți “agresați” astfel, numai trei au protestat verbal, cerînd complicei să păstreze distanța cuvenită.

Temă

Răspundeți la următoarele întrebări: Cum ar trebui să se țină cont de teritorialitate și de spațiul personal în proiectarea unui campus universitar? Dar a unui spital?

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- Asch, S. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. În H. Guetzkow (ed.), *Groups, leadership and men*. Pittsburgh: Carnegie Press.
- Boza, M. (2003). Atitudinea și schimbarea atitudinii. În A. Neculau (ed.), *Manual de psihologie socială*. Iași: Polirom.
- Chelcea, S. (1998). *Dicționar de psihosociologie*. București: I.N.I.
- Chelcea, S. (2001). *Metodologia cercetării sociologice: metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.
- Chertkoff, J.M. și Esser, J.M. (1976). A review of experiments in explicit bargaining. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, 464-486.
- Cialdini, R.B., Vincent, J.E., Lewis, S.K., Catalan, J., Wheeler, D. și Darby, B.L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 308-315.
- Curelaru, M. (2003). Metode și tehnici în psihologia socială. În A. Neculau (ed.), *Manual de psihologie socială*. Iași: Polirom.
- Dawes, R.M. (1980). Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, 31, 169-19
- Diener, E., Fraser, S.C., Beaman, A.L. și Kelem, R.T. (1976). Effects of deindividuation variables on stealing among Halloween trick-on-treaters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 2, 178-183.
- Dolinski, D. și Nawrat, R. (1998). "Fear-then relief" procedure for producing compliance: Beware when the danger is over. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, 27-50.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Festinger, L., Pepitone, A. și Newcomb, T. (1952). Some consequences of deindividuation in a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 382-389.
- Fischer, J. și Byrne, D. (1975). Too close for comfort: Sex differences in response to invasions of personal space. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 15-21.
- Fry, A.M. și Willis, F.N. (1971). Invasion of personal space as a function of the age of the invader. *Psychological Record*, 21, 383-389.
- Hall, E.T. (1966). *The hidden dimension*. New York: Doubleday.
- Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162, 1243-1248.
- Janis, I.L. (1972). *Victims of groupthink: A psychological study of foreign policy decisions and fiascoes*. Boston: Houghton- Mifflin.

- Jerdee, T.M. și Rosen, B. (1974). Effects of opportunity to communicate and visibility of individual decisions on behavior in the common interest. *Journal of Applied Psychology*, 59, 6, 712-716.
- Johnson, R.D. și Downing, L.L. (1979). Deindividuation and valence of cues: Effects on prosocial and antisocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 9, 1532-1538.
- Kelley, H.H. și Grzelak, J. L. (1972). Conflict between individual and common interests in an N-person relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 190-197.
- Kiesler, C.A. și Kiesler, S.B. (1969). *Conformity*. Reading: Addison - Wesley.
- Knowles, E.S. (1973). Boundaries around group interaction: The effect of group size and member status on boundary permeability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 327-331.
- Le Bon, G. (1991). *Psihologia maselor*. București: Editura Științifică (prima ediție, 1895).
- Mann, L. (1981). The baiting crowd in episodes of threatened suicide. *Journal of Personality and Social Psychology*, , 4, 703-709.
- Mathes, E.W. și Guest, T.A. (1976). Anonymity and group antisocial behavior. *The Journal of Social Psychology*, 100, 257-262.
- Middlemist, R.D., Knowles, E.S. și Matter, C.F. (1976). Personal space invasions in the lavatory: Suggestive evidence for arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 541-546.
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.
- Milgram, S. (1974). *Obedience to authority: An experimental view*. New York: Harper & Row.
- Mullen, B. (1986). Atrocity as a function of lynch mob composition: A self-attention perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 2, 187-197.
- Pancer, S.M. (1997). Program evaluation. În S.W. Sadava și D.R. McCreary (eds.), *Applied social psychology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rosenfeld, H.M. (1965). Effect of an approval-seeking induction on interpersonal proximity. *Psychological Reports*, 7, 120-122.
- Sadava, S.W. (1997). Applied social psychology: An introduction. În S.W. Sadava și D.R. McCreary (eds.), *Applied social psychology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Singer, J.E., Brush, C.A. și Lublin, S.C. (1965). Some aspects of deindividuation: Identification and conformity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 356-178.
- Sommer, R. (1959). Studies in personal space. *Sociometry*, 22, 247-260.
- Sommer, R. și Becker, F.D. (1969). Territorial defense and the good neighbor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 11, 85-92.

- Stasser, G. și Titus, W. (1985). Pooling of unshared information in group decision making: Biased information sampling during discussion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 6, 1467-1468.
- van de Kragt, A.J.C., Orbell, J.M. și Dawes, R.M. (1983). The minimal contributing set as a solution to public goods problems. *American Political Science Review*, 77, 112-122.
- Walton, R.E. și McKersie, R.B. (1965). *A behavioral theory of labor negotiations: An analysis of a social interaction system*. New York: Mc Graw-Hill.
- Worchel, S. și Cooper, J. (1979). *Understanding social psychology*. Homewood: The Dorsey Press.
- Yukl, G.A., Malone, M.P., Hayslip, B. și Pamin, T.A. (1976). The effects of time pressure and issue settlement order on integrative bargaining. *Sociometry*, 39, 3, 277-281.
- Zimbardo, P.G. (1969). The human choice: Individuation, reason and order versus deindividuation, impulse and chaos. În W.J. Arnold și D. Levine (eds.), *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln: University of Nebraska Press.

SOCIOLOGIE GENERALĂ

Conf. dr. Dumitru STAN

CUPRINS

- 1. Contextul apariției sociologiei ca știință**
- 2. Ce studiază sociologia?**
- 3. Modalități (stiluri) de a face sociologie**
- 4. Modele sociologice de analiză și interpretare a societății**
 - 4.1. Auguste Comte: varianta pozitivistă**
 - A. Date istorice și bio-bibliografice
 - B. Elemente de teorie sociologică
 - 4.2. Herbert Spencer: pozitivismul organicist**
 - A. Date istorice și bio-bibliografice
 - B. Teoria sociologică
 - 4.3. Vilfredo PARETO: varianta acționalistă și elitistă**
 - A. Date istorice și bio-bibliografice
 - B. Elemente de teorie sociologică
 - 4.4. Emile Durkheim: perspectiva sociologistă**
 - A. Date istorice și bio-bibliografice
 - B. Elemente de teorie sociologică
 - 4.5. Modelul weberian**
 - A. Date istorice și bio-bibliografice
 - B. Elemente de teorie sociologică

1. Contextul apariției sociologiei ca știință

Sociologia este una dintre științele care s-au impus relativ târziu în istoria culturii. Cei mai mulți dintre istoricii sociologiei consideră că fondatorul ei ar fi gânditorul francez **A. Comte** (1798- 1857) - prin lucrarea *Curs de filosofie pozitivă*, deși este exprimată și opinia potrivit căreia, cei care i-au pus bazele științifice ar fi **Th. Hobbes** (1588 – 1679) - în lucrarea *Leviathan* (1651) sau **Montesquieu** (1689 – 1755) în lucrarea *Despre spiritul legilor* (1748).

Anterior nu existase știința despre societate, dar prin acest fapt nu trebuie să înțelegem că problemele socialului nu interesau pe oameni, “căci realitatea trece înaintea științei și viața e mai puternică decât gândirea noastră; ea ne constrânge, ne impune chiar și fără voie ne silește să ne îndreptăm atenția asupra ei” (P. Andrei, *Probleme de sociologie*, Editura Casei Școalelor, București, 1927, p.8). Până la “momentul A. Comte”, obiectul care urma a fi atribuit sociologiei fusese abordat în manieră pur speculativă de filosofia socială, filosofia istoriei sau de alte științe sociale.

De reținut:

A.Comte este cel care folosește pentru prima oară termenul de *sociologie*, cu înțelesul de *știință a fenomenelor vieții sociale*, în lucrarea *Curs de filosofie pozitivă* (vol. IV, lecția a 47-a), carte apărută în anul 1839.

Provenită dintr-o însoțire curioasă a unui termen latin – **socius** (tovarăș, asociat) cu altul din limba greacă – **logos** (știință, teorie), noua formulare trebuia să o înlocuiască pe cea veche de “**fizică socială**”, folosită în linii mari pentru același registru de probleme. Totuși, A. Comte nu este considerat fondatorul sociologiei ca știință numai pentru faptul de a fi atribuit noul nume, ci și pentru preocupările lui în a evidenția domeniul de studiu al noii științe, locul deținut de a ea în clasificarea științelor, raporturile dintre aspectele statice și cele dinamice din societate ș.a.m.d.

Inițial, A. Comte a desemnat studiile lui despre societate tot prin denumirea de “**fizică socială**”, pe care a preluat-o de la magistrul său, **S. Simon**. Deoarece acest nume era folosit concomitent și de belgianul **Quételet** pentru a desemna utilizarea metodei statistice în cercetarea faptelor sociale, Comte a decis: “consider că trebuie să îndrăznesc a folosi de acum înainte acest termen nou (sociologie – n.n.), echivalent expresiei mai vechi de fizică socială, pentru a putea arăta printr-un singur nume această parte complementară filosofiei ... care se referă la studiul pozitiv al totalității legilor fundamentale proprii fenomenelor sociale” (A. Comte – *Cours de philosophie positive*, vol. IV, Paris, 1908, p. 185).

Prin urmare, pentru Comte fenomenele sociale pot fi cunoscute cu ajutorul filosofiei (iar “legea celor trei stadii” enunțată de el dovedește aceasta), dar, mai ales, cu ajutorul sociologiei care desfășoară un demers de cunoaștere a legilor ce guvernează funcționalitatea socială și urmărește **rezultatele raporturilor dintre real și himeric**,

util și ceea ce este de prisos, siguranță și nedumerire, constructiv și metafizic, relativ și absolut (A. Comte – *Discurs asupra spiritului pozitiv*, (trad. românească de P. Zosim), Edit. Zosim, București, 1913, pp. 60-82). Ca specific, sociologia are, potrivit fondatorului ei, orientarea spre real, constructiv, sigur, precis, relativ, eficient – adică spre ceea ce este concret și reprezentativ în cadrul societății.

Termenul de sociologie, care în accepțiunea cea mai generală înseamnă “știință despre societate” sau “știință despre viața socială”, a fost combătut vehement, însă fără succes: **J. St. Mill** (1803-1873) spunea despre el că este “o barbarie” propunând în schimb denumirile de *Caracteriologie* și *Etologie*; în anul 1900 – **Limousin** sugera că este mai adecvată utilizarea numelui de “Cenecosofie”, iar în anul 1910 Ostwald încerca să impună, pentru desemnarea aceleiași științe despre societate, conceptul de “Culturologie”.

Activitate:

Precizați care sunt obiectele de studiu pentru caracteriologie, etologie, cenecosofie și culturologie.

Noua știință, în pofida animozităților generate (privitoare la nume, domeniu, rol social etc.) a apărut ca o necesitate în împrejurări socio-culturale care o revendicau.

a) Manifestarea în Franța a unor mari mișcări sociale care cauzau mari suferințe (Marea Revoluție Franceză, războaiele napoleoniene, valul de nemulțumiri sociale de după căderea lui Napoleon, degringolada produsă la 1830 de “domnia sacului cu bani” etc.), în perioada indicată de istorici prin sintagma “revoluție după revoluție”.

b) Existența preocupărilor pentru realizarea de urgență a unor reforme sociale. De altfel, întrebarea devenită laitmotiv la care încercau să răspundă mințile luminate ale vremii era: cum se poate reorganiza societatea? Interogația era firească deoarece se căutau “norme mai stabile” pentru a se evita mai ales crizele și catastrofele sociale de genul Marii Revoluții Franceze.

c) Persistența nostalgiei față de autoritatea și ordinea evului mediu, precum și față de idealul de unitate existent înainte de criza revoluționară. Sociologia a apărut tocmai pentru a oferi soluții de ieșire din criză, pentru revenirea la ordine și recăștigarea echilibrului social. Orice ordine era înțeleasă prin raportare la dinamica socială. Ca atare, ea nu putea să fie stabilă, să dureze dacă nu era compatibilă cu progresul, iar orice factor de progres nu putea să se împlinească dacă nu tindea la consolidarea ordinii (A. Comte - *Cours de philosophie positive*, Edit. Schleicher, Paris, 1908, vol. III, p. 16). Raportul dintre ordine și progres sau dintre statica socială și dinamica socială s-a impus de la început ca temă fundamentală, dar “a adus mult rău în sociologie” afirmă G. Gurvitch (*Traité de sociologie*, vol. I, Paris, PUF, 1967) – deși tema persistă și astăzi.

d) Repulsia față de metafizică deoarece aceasta ar constitui “piedica principală, funestă la orice adevărată reorganizare”. **Filosofia** însăși (spre deosebire de sociologie) se afla în situația de a nu mai putea progresa pentru că se raporta la cadre mult prea largi care nu îngăduiau dobândirea preciziei în cercetare. Șansa ei de revigorare era reprezentată de încercările de transformare în “filosofie pozitivă”.

e) Traversarea unei prelungite perioade de criză intelectuală față de care sociologia a apărut ca un “capăt al ascensiunii spiritului pozitiv” (L. Levi Bruhl – *La philosophie d'Auguste Comte* F. Alcan, Paris, 1905, p. 39) sau ca o ieșire superlativă a intelectualității din profunda etapă critică în care se afla. Până atunci, criza fusese întreținută de imposibilitatea fundamentării unei științe care să conducă la reorganizarea societății – deși epoca nu era lipsită de dovezi ale virtuților logicii și inteligenței umane. Constituirea sociologiei a reprezentat nu numai dovada revigorării intelectualității, ci și extinderea spiritului științific inclusiv în abordarea problemelor societății.

f) “Apariția sociologiei ca știință a fost pregătită și de dezvoltarea cercetărilor experimentale din domeniul științelor exacte: fizică, chimie, biologie și altele. Acestea au deprins spiritul cu analiza obiectivă și controlul faptelor și au determinat atitudinea științifică a cercetătorului” (P. Andrei – *Sociologie generală, Editura Scrisul Românesc, Craiova, 1936, p. 46*). Se explică astfel, cum de au putut să apară teorii de orientare pozitivistă evidentă despre “omul mașină”, despre societate ca organism social, despre legi și formule ale socialului etc.

Concluzie:

Presiunea spectacolului obiectiv al vieții sociale din prima jumătate a secolului al XIX-lea, preluările din experiența științelor naturii și influențele provenite de la creațiile anterioare din domeniul filosofiei (teoriile gânditorilor: Platon, Aristotel, J. J. Rousseau, Th. Hobbes, Montesquieu, S. Simon ș.a.) s-au sintetizat în gândirea lui A. Comte pentru a propulsa constituirea noii științe socio-umane: **sociologia**.

Pentru unii teoreticieni, sociologia s-a născut din revoluția industrială a vremii (A. Touraine – *Sociologie de l'action*, Paris, Seuil, 1965, p. 12) care aducea în prim-plan fenomene sociale noi sau radicaliza altele mai vechi. Multe aspecte ale societății, precum supraproducția, marile descoperiri științifice, șomajul, suprapopulația, intensificarea urbanizării, creșterea numărului mișcărilor revoluționare, criminalitatea, alienarea etc. necesitau o abordare de pe poziții științifice. Explicațiile filosofante de până atunci – oricât ar fi fost ele de subtile, interesante, surprinzătoare - nu se mai dovedeau a fi eficiente în viața practică.

Noua știință, *sociologia*, apărută în urma numeroaselor situații de criză, nu putea să fie decât critică, pentru a curma cauzele șirului de neajunsuri și neputințe ale societății. Or, critica în astfel de conjuncturi, dacă nu este susținută de un suport științific care să aducă aserțiunilor un grad mare de precizie, poate să degenereze în critică ideologică.

Demersurile sociologilor în această primă fază a evoluției sociologiei, dorite a se sprijini și apropia de fizică, biologie, matematică – au sfârșit prin a se apropia, în mare parte, de filosofie. Ca atare, impusă cu multe speranțe de un număr mic de gânditori, sociologia avea să fie primită cu neîncredere pentru că trata o materie empirică (societatea) în manieră pur deductivă și pentru că prin apropierea de ideologie apărea confuzia Sociologie – Socialism (R. Boudon – *Mai 68: crise ou conflit alienation ou anomie*, în *Revista L'Année sociologique*, 1968, p. 227).

Din momentul apariției și până astăzi, sociologia își caută forma optimă de prezentare din mai multe motive:

a) A nu fi suprimată de celelalte științe socio-umane; spre exemplu, acum două decenii, un decan de științe sociale de la Universitatea din Chicago intenționa să abolească sociologia din planul de învățământ pentru că “există o încălecare completă între toate cursurile consacrate sociologiei și cele consacrate economiei, științei politice, psihologiei, geografiei, istoriei sau antropologiei” (M. Dogan, R. Pahre – *Noile științe sociale*, Editura Academiei Române, București, 1993, p. 114).

b) A dovedi oamenilor utilitatea și eficiența apelului la sociologie, ceea ce presupune, implicit, evidențierea orientării ei spre studiul faptelor sociale concrete. Dacă ar fi să judecăm sociologia doar prin prisma perfecțiunii științifice, atunci am ajunge la concluzia (mai ales dacă nu înțelegem de ce există atât de multe curente, școli, doctrine contradictorii) că avem de a face cu o știință încă neînchegată și chiar “incapabilă de adevăr”. În realitate însă, “sociologia este opera umană, care se săvârșește cu instrumente de cunoaștere imperfecte, dar perfectibile” (T. Herseni – *Prolegomene la teoria sociologică*, Editura Științifică, București, 1969, p. 109).

c) A minimaliza, fără a neglija, faptul că “este singura știință care, de la apariție și până în prezent, a urmărit cercetarea unui obiect în permanentă transformare” (G. Bouthoul – *Traité de sociologie*, Payot, Paris, 1949, p. 66). Având ca obiect studiul societății – iar aceasta modificându-se de la o etapă de evoluție la alta – este ca și cum sociologia s-ar schimba sau s-ar reface de fiecare dată când, în mediul social, au loc metamorfozări majore. Totuși, contextul socio-cultural din momentul apariției a marcat profund evoluția științifică a sociologiei, astfel că, dincolo de aspectele dinamicii curente se află aspectele statice ca adevărate *cadre reglatorii* în care au loc fenomenele dinamicii sociale. În acest sens, putem spune că oricât ar “crește” obiectul sociologiei, în ultimă instanță acesta rămâne tot societatea cu dimensiunile ei esențiale (relații, grupuri, instituții, organizații, procese sociale etc.). Un exemplu și mai evident în acest sens ar fi faptul că orice noutate apărută într-un spațiu cultural este receptată și ordonată de indivizi în funcție de structurile sociale cele mai stabile: religie, educație, tradiții, obiceiuri ș.a.



Teme de reflecție:

- a)** Realizați o abordare comparativă între motivele care au determinat apariția sociologiei și rolurile actuale ale acesteia.
- b)** Ce anume ar putea determina producerea confuziei între sociologie și socialism?
- c)** Precizați de ce sociologia are un obiect de studiu instabil?

2. Ce studiază sociologia ?

Condițiile clasice de validare a unei științe – existența unui domeniu propriu de studiat, deținerea unor metode specifice de cercetare a obiectului și descoperirea, formularea de către cercetător a legilor care guvernează domeniul investigat – sunt relativ acceptate și de către sociologi. Dificultățile în îndeplinirea acestor condiții sunt, însă, foarte mari, întrucât, pornind chiar de la etimoanele cuvântului “sociologie” constatăm profilarea unor *ambiguități*: ce fel de grupuri trebuie să studieze, ce valoare au instrumentele de investigație, cât de credibilă este precizia cercetării sociologice etc.

În timp, sociologia a reușit să mai reducă din cuantumul suspiciunilor pentru că a realizat frumoasa performanță de a se face, înainte de toate, utilă. Spre exemplu, în unele instituții economice din S.U.A. și din Europa de Vest, sociologul este angajat permanent și ocupă o poziție hotărâtoare, având *drept de veto* față de deciziile consiliului de administrație. Faptul acesta dovedește nu numai obținerea de către sociolog a unei înalte considerații, ci și asumarea unei foarte mari responsabilități. Pentru a dovedi, însă, că autoritatea sociologiei nu se bazează doar pe intuiție sau că cercetătorul nu face alchimie, ci un demers științific, comunitatea sociologilor a încercat și încearcă în continuare să înlăture rezervele pe care le mai au contestarii.

Ambiguitățile care au întreținut rezervele în atestarea sociologiei s-au concentrat, în primul rând, în jurul problemei obiectului ei de studiu – fapt care ne obligă să analizăm prioritar *condiția de obiect în raport cu condițiile privitoare la metode și legi*.

Încercările de clarificare în această direcție credem că trebuie să pornească de la câteva **premise explicative** care ar îngădui o mai bună precizare și abordare a problemelor sociologiei.

a) Existența individului este de neconceput în afara grupului și, ca atare, realitatea vieții sociale, înseamnă chiar **modul natural al existenței umane**.

Grupurile – mari sau mici, durabile sau efemere, mai mult sau mai puțin organizate – îi determină și îi întrețin omului **socialitatea**, oferindu-i, implicit, cadrele culturale necesare pentru rezolvarea trebuințelor fundamentale de hrană, sex, securitate, realizare, răspuns afectiv etc. (cf. R. Linton – *Fundamentul cultural al personalității*, A. Maslow – *Piramida trebuințelor*). Sunt celebre cazurile în care, din diferite motive, unii oameni au trăit în singurătate sau în compania unor animale, adică în absența mediului socio-cultural. Efectul principal a fost, în marea majoritate a situațiilor de acest gen, pierderea lor totală sau parțială pentru viața umană de grup. Prin urmare, afirmația lui **Aristotel** (*Politica*, I, 1, 11, trad. Bezdechi, p. 23) conform căreia omul singur, izolat de

societate nu poate fi decât “ori fiară, ori zeu” este, credem, în afara oricăror obiecții. Mai mult, potrivit unor concepții evoluționiste, **omul se manifestă gregar** exprimând “de facto” o **moștenire ereditară** – de la nivelul antropoidelor sau chiar de la nivelul comunităților animale nevertebrate – pe care o reglează (o amplifică sau o inhibă) în situațiile culturale acționale la care participă.

Pornind de la o asemenea premisă, înțelegem de ce sociologia ca știință despre societate, reprezintă:

“știința însoțirii, asocierii, întovărășirii, a grupărilor, colectivelor, unităților sau formațiunilor sociale de orice fel a tuturor formelor de viață socială constituite de oameni, de la cele mai simple și mărunte ca cercurile de prieteni, familia conjugală, echipele de muncă, până la cele mai complexe și mai întinse, ca triburile, popoarele, națiunile, țările, organizațiile internaționale” (T. Herseni – *Ce este sociologia*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1981, pp. 5-6).

Termenul de societate este utilizat, deci, pentru a desemna toate tipurile de colectivități, iar sociologul, în demersul cognitiv pe care îl desfășoară, trebuie să vizeze modalitățile de constituire a grupărilor, structurile lor, fenomenele și procesele interioare colectivităților, forțele care provoacă solidaritatea și dispersarea indivizilor etc.

b) Grupul uman ia ființă și se menține numai prin relații și acțiuni între indivizii care îl formează.

În acest sens, **M. Ralea**, în lucrarea “*Introducere în sociologie*”, prezintă un exemplu foarte sugestiv: “în compartimentul unui vagon călătoresc mai multe persoane. Fiecare are altă profesiune, fiecare s-a suit în altă gară; nu se cunosc una pe alta, n-au nici un fel de relații între ele. De aceea, cu toate că stau la un loc, reunite pe un spațiu foarte restrâns, ele nu formează o societate” (M. Ralea – *Scrieri*, vol. IV, Editura Minerva, București, 1988, p. 14). În cazul în care apare un element inductor care să-i reunească, depărtarea dintre ei este înlăturată, vor forma “o societate” exprimând concepții, sentimente, aspirații comune etc., vor acționa corelat, iar spațiul dintre ei va deveni, astfel, “umplut și trăit” (Simmel – *Întrebările fundamentale ale sociologiei*).

Sociologia are ca specific tocmai studierea aspectelor care-i reunesc pe indivizi, problemele lor comune, fundamentale, în ultimă instanță, relațiile dintre ei. Acestea pot fi directe sau mijlocite (de alți indivizi sau de obiecte de interes comun), dar, deopotrivă, importante pentru sociologie prin concretețe, prin efectele și influențele generate, precum și prin măsura ponderii lor în ansamblul socialului.

Intenționând realizarea unei abordări științifice asupra societății, **sociologia este nevoită să tindă spre nomotetic**, spre dezvoltarea relațiilor sociale, a raporturilor cauzale apreciate a fi cele mai stabile și cele mai extinse; în caz contrar, ea nu poate fi recunoscută ca știință.

“Deschiderea umbrelei” sau “coliziunea dintre doi bicicliști”, deși sunt exemple de fapte umane, nu ne dovedesc și prezența relației sociale. Rămânând doar la primul dintre aceste exemple propuse de Max Weber, putem spune că “deschiderea umbrelei” reprezintă un act care răspunde unei nevoi strict individuale și, ca atare, nu permite

conchideri nomotetice. Chiar dacă este săvârșit în același timp de un număr mare de indivizi, un astfel de act nu va figura în sfera intereselor cercetării sociologice întrucât reprezintă ceva insignifiant și derizoriu. În anumite împrejurări, însă, ceea ce la un moment dat este lipsit de importanță poate deveni hotărâtor pentru funcționalitatea socialului și, implicit, necesar de a fi studiat științific în vederea stabilirii nivelului efectelor lui manifeste sau de perspectivă.

De reținut:

Relația socială – condiție hotărâtoare pentru existența societății și obiect esențial de studiu pentru sociologie – rezultă fie din efortul de ajustare a indivizilor la viața de grup (întrucât preiau unii de la alții valori, obiecte, norme utile), fie din demersul grupului pentru modelarea judecăților, percepțiilor și concepțiilor individului (M. Achim – *Sociologia americană a grupurilor mici*, Editura Politică, București, 1970, p. 148).

c) Societatea este formată, ne spune E. Durkheim, prin asocierea indivizilor și **“vede întotdeauna mai departe și mai bine decât indivizii”**.

Ea reprezintă un întreg ce poartă o realitate diferită de cea a părților (indivizii), iar datorită acestei deosebiri este greu cognoscibilă. Din aceeași cauză, societatea nici nu poate fi redusă la părțile componente, desemnând și cuprinzând ceva mai mult decât suma părților.

Faptele care se produc în cadrul societății, chiar dacă se exprimă prin indivizi concreți, apar, totodată, și ca opere ale colectivității. Prin urmare, cei care le-au săvârșit au fost constrânși să respecte anumite credințe, practici, reguli, obligații sociale sau de grup.

Temă:

Indicați și comentați cât mai multe situații existențiale în care:

- Presiunea socialului asupra individului este foarte mare, dar necesară și protectoare;
- Presiunea socialului asupra individului este dăunătoare;
- Individul este liant social și factor al întăririi vieții de grup;
- Individul acționează în manieră nonconformistă, dizolvantă și erodează unitatea grupală.

Prin toate aceste deschideri explicative, sociologia este definibilă ca *știința regularităților, constantelor socialului sau știința despre societate în ansamblul ei*, deși este nevoită să nu oculteze problemele care privesc indivizii. Faptul individual se prezintă atât ca expresie a voinței, aspirației, intereselor personale, cât și ca răspuns față de cadrele coercitive pe care orice individ le primește “la naștere”, care există înaintea lui și independente de el.

?

Existența umană individuală apare, astfel, ca purtătoare a pecetei socialului și ca sinteză de alterități – în ipostaza în care indivizii tind să-și preserveze personalitatea. Înțelegem acum de ce unul dintre conceptele fundamentale ale teoriei sociologice trebuie să fie cel de “fapt social”. E. Durkheim, cel care a propus și impus acest termen, îl definește simplu ca: “... orice fel de a face, fixat sau nu, capabil să exercite asupra individului o constrângere exterioară” (*Regulile metodei sociologice*, Editura Științifică, București, 1974).

Orice om normal, constrâns de realitatea socială în care trăiește, este capabil să descrie și să ofere explicații despre aceasta, fiind deci, “sociolog fără să o știe”. Performanța cognitivă pe care ar atinge-o, spune J. Szczepanski, ar fi o *sociologie spontană, comună bazată pe bunul simț al practicianului* care folosește metode preponderent neadecvate și care evaluează faptele “rupându-le de o seamă de ansambluri sociale mai largi” (*Noțiuni elementare de sociologie*, Editura Științifică, București, 1972, p.14); el obține, uneori, succese cognitive, dar parțiale, întâmplătoare și subiective.

Or, intuiția nu ne lămurește misterul realului; deși vedem, spre exemplu, astrul solar rotindu-se pe boltă cerească, nu Soarele, ci Pământul se învârtește (S. Chelcea – *Metode și tehnici de cercetare sociologică*, București, 1992, pp. 10-13). Ca atare, *trecerea de la cunoașterea comună la cunoașterea științifică a fost o consecință inevitabilă.*

Sociologia științifică, dezvoltată sub influența sociologiei bunului simț (aceasta din urmă este veche de când există societatea), se prezintă sub forma unor teorii care respectă următoarele principii:

- a)** lumea externă există independent de observația noastră, nu este creată de simțurile noastre (principiul realismului);
- b)** relațiile din lumea înconjurătoare se produc în mod necesar și sunt organizate în termeni de cauză-efect (principiul determinismului și regularității);
- c)** lumea externă poate fi cunoscută prin observații obiective și pe cale logică (principiul cognoscibilității și raționalității).

Prin urmare, autorii de teorii sociologice, așa cum am încercat să sugerăm, trebuie:

a) Să se orienteze în manieră științifică asupra unor probleme sociale concrete și presante. De altfel, chiar impunerea sociologiei, spune P. Lazarsfeld (*Qu'est-ce que la sociologie*, Gallimard, Paris, 1971) este legată în *Europa* de aspecte precum: formarea unei clase puternic dezvoltate din punct de vedere economic, mizeria noilor mase de salariați, dezvoltarea instituțiilor democratice etc. sau, în *SUA*, de nevoia studierii minorităților etnice, valurilor de emigranți, ameliorării serviciilor sociale, problemelor sociale ale noilor orașe-gigant etc.

b) Să accepte ideea că pentru a face investigații sociologice științifice, oricât ar fi de evidente problemele cercetate, autorii acestora sunt întotdeauna membri ai unor

grupuri sociale, beneficiari ai unor relații sociale și realizatori de acțiuni care, chiar individuale fiind, poartă impresiunile socialului.

c) Să pornească de la constatarea că sectoarele vieții sociale se întrepătrund, se determină reciproc și se corelează sistemic. În acest sens, sociologul francez M. Mauss vorbea despre “fenomenul social total”, sugerând prin acesta faptul că atunci când studiem problemele economice, juridice, religioase, morale, estetice ale societății nu trebuie să uităm niciodată că ele nu sunt numai economice, numai juridice etc., ci “sunt toate acestea laolaltă”.

De aceea, sociologia se revendică drept știința totalității sociale sau a formelor sociale ale activității umane.

De reținut:

Vocația sociologiei de a viza totalitatea sectoarelor și laturilor socialului, de a realiza sinteze pornind de la fapte, procese, relații concrete – de *a fi o știință a societății* “în general” – i-a determinat pe unii gânditori să o supraaprecieze, considerându-o “regina științelor”, “enciclopedie”, “sinteză” a științelor sociale particulare etc.

Alți gânditori, dimpotrivă, îi contestă locul în cadrul sistemului științelor pentru că nu este singura știință despre societate și, în plus, unele științe sociale au o vechime mult mai mare decât a ei. Este cazul economiei politice, dreptului, eticii, istoriei, politologiei etc., care pot pretinde întâietatea în raport cu sociologia. Pentru contestatari, sociologia ar fi o *știință fără obiect de studiu*. W. Dilthey, spre exemplu, susținea că, după cum nu poate fi vorba de o știință a naturii în genere, ci de diferite științe ale naturii, în același mod nu se poate admite o știință a societății în genere.

Aceasta din urmă s-ar înfățișa ca “un vas mare pe care s-a pus eticheta *sociologie*, un nume nou, dar nu și o cunoștință nouă, sau din punct de vedere logic și metodologic, un fel de enciclopedie, o filosofie a științelor spiritului” (I. Drăgan – *Sociologie. Îndrumar teoretic și practic*, Universitatea București, 1985, pag. 42) Eroarea comisă de Dilthey, dar și de mulți alții, este aceea de a nu fi înțeles specificul sociologiei dat de faptul că sunt fenomene, procese care nu se regăsesc la nivelul individului, dar există la nivelul grupului sau de a nu fi sesizat diferența, în cadrul socialului, dintre *parte* și *întreg*.

În raport cu sociologia, diferitele științe sociale pot fi considerate ca particulare, deoarece ar studia părți, aspecte, laturi ale vieții sociale și nu ansamblul, întregul, societatea ca totalitate.

De reținut

“Științele sociale particulare studiază psihologia omului, activitatea economică a omului etc. și nici una nu studiază oamenii în complexitatea vieții lor în Natură și Social” (H. Stahl – *Teoria și practica investigațiilor sociale*,

Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1974, vol. I, p. 59) – așa cum procedează sociologia.

Știința despre viața laolaltă a oamenilor este globală: în același timp economică, psihică, juridică, etică etc., adică multiplă și complexă, după cum omul însuși este multiplu și complex – susține sociologul menționat prin citatul de mai sus.

Pentru a înlătura orice ambiguitate asupra obiectului sociologiei, P. Andrei sublinia că acesta *se regăsește în moduri deosebite în toate științele sociale particulare*. Întrucât acestea analizează doar câte un fel de raporturi sociale (ex: economia politică studiază raporturile economice, etica – raporturile morale, dreptul – raporturile juridice ș.a.m.d.), față de sociologie ele vor fi limitate, mai puțin cuprinzătoare. Pornind de la observațiile anterioare putem detașa următoarea concluzie:

Sociologia s-a impus ca disciplină *sintetică și integralistă* deoarece a pornit “de la anumite fenomene sociale... fie ele juridice, fie economice, fie etnografice, dar treptat și-a lărgit punctul de vedere, depășind aspectul formal juridic sau cel material economic, pentru a le privi în unitatea lor superioară ... Orice fenomen de viață socială e obiect de studiu pentru sociologie și fiecare știință specială poate adopta un punct de vedere sociologic; de aceea se poate vorbi de o sumedenie de sociologii: economică, juridică, religioasă etc., dar *sociologia propriu-zisă (generală – n.n.)* privește fenomenul social în totalitatea sa, bazându-se și pe cunoștințele speciale furnizate de *științele sociale (particulare și sociologii de ramură – n.n.)*.” (P. Andrei – *Sociologie generală*, Editura Scrisul Românesc, Craiova, 1936, p. 72).

De la începuturile sociologiei și până în prezent s-a înțeles, în special, necesitatea orientării ei spre *cercetarea faptelor sociale concrete*. În consecință, cercetătorii socialului au adunat “munți de date empirice”, dar relativ puțini dintre ei au ajuns la concluzii semnificative prin dezvăluirea unor regularități sau “uniformități cu generalitate de nivel mediu”. Acest neajuns s-a datorat, *în primul rând*, faptului că nu s-a știut cum “aceste părți variate pot fi unite și încorporate într-o teorie integrală mai multidimensională și mai adecvată” (P. Sorokin – *Diversitate și unitate în sociologie*, în vol. *Sociologia contemporană*, Editura Politică, București, 1967, p. 73).

De altfel, insuficiența pomenită este și greu de evitat deoarece sociologii se fereau de abordări integraliste pentru a nu risca trecerea în filosofie.

În al doilea rând, “nici o știință nu vizează obiectul ei în plenitudinea concreteții lui. Ea alege unele dintre proprietățile acestuia și se străduiește să stabilească relații între ele. Descoperirea unor astfel de legături constituie scopul ultim al oricărei cercetări științifice” (P. Lazarsfeld - *Des concepts aux indices empiriques*, în vol. *Les vocabulaire des sciences sociales*, Paris, Mouton, 1967).

La fel procedează și sociologia; mai mult, ea nici nu-și poate propune să abordeze întregul mozaic de forme concrete întâlnite în societate, ci numai pe acelea care prezintă calitățile: **constanță, reprezentativitate statistică și actualitate**. Dacă

pornim de la aceste calități, descoperim că obiectul de studiu al sociologiei poate fi detaliat în câteva mari aspecte sau părți care compun societatea (**T. Rotariu** – *Curs de metode și tehnici de cercetare sociologică*, Universitatea Babeș –Bolyai, Cluj Napoca, 1991, p. 7):

- a) acțiuni sociale** (munca, educația, propaganda politică etc.);
- b) instituții sociale** (școala, familia, biserica, partidele politice etc.);
- c) grupurile sociale** (de la microgrupuri până la cele cu dimensiunile cele mai mari: clasele sociale, populația unei țări privită în ansamblul ei etc.);
- d) fenomene sociale diverse** (mobilitatea socială, delinquența, sinuciderea etc.).

Privitor la *modul de abordare* a acestor probleme, putem conchide că există mai multe *perspective*:

a) de pe **poziția științelor sociale specializate**: economia, științele juridice, pedagogia, etica etc.;

b) de pe **o poziție sociologică specializată**, respectiv poziția sociologiilor particulare sau de ramură, corespunzătoare unor subsisteme ale societății: sociologia economică, sociologia juridică, sociologia educației, sociologia moralei etc.

Misiunea sociologului este de a cerceta oricare subsistem al socialului (economia, justiția, educația, morala, politica, cultura etc.) din punctul de vedere al *genezei, al alcătuirii și funcționării, al raporturilor cu celelalte subsisteme, al tendințelor evolutive etc.* Între știința socială particulară (ex: economia politică) și sociologia de ramură aferentă (ex: sociologia economiei) există deosebiri esențiale, însă, cea mai importantă este aceea că prima privește fenomenul social făcând apel predominant la *elementele obiective* care îi cauzează manifestarea (ex: economia politică insistă asupra indicatorilor: materie primă, mijloace de muncă, tehnologie etc.) în timp ce secunda deplasează accentul pe *factorii subiectivi* ai acțiunii (ex: pentru sociologia economică astfel de factori ar fi: întreprinderea ca organizație socială, selecția personalului, problema motivației și satisfacției în muncă, construirea echipei de muncă după criteriul afectivității și eligibilității, raporturile membrilor echipei cu conducătorii, prestigiul social al activității etc.) .

Numărul sociologiilor de ramură este foarte mare și, în același timp, în creștere, deoarece sistemul social își sporește complexitatea, iar subsistemele lui ajung să integreze, la rândul lor, alte subsisteme cu o extensiune mai mică.

c) de pe **poziția sistematică, integratoare sau poziția sociologiei generale**. Dacă sociologiile particulare, raportate la ansamblul social, reușesc “generalizări restrânse”, valabile doar pentru domeniul analizat, sociologia generală își preia informațiile de la sociologia spontană sau a “bunului simț”, de la sociologiile de ramură, de la celelalte științe despre societate, gândire, natură și elaborează teorii, modele, paradigme cu cel mai mare grad de cuprindere (bazându-se pe dependențele multiple între părțile socialului, pe constantele și regularitățile care au loc în societate).

Cu alte cuvinte, specific sociologiei generale este “studiul total al tuturor manifestărilor vieții sociale și înglobează științele sociale particulare așa cum fizica înglobează optica, acustica, termica, electricitatea etc.” (A. Cuvillier – *Manuel de sociologie*, vol. I, Press Universitaires de France, Paris, 1958, p. 246).

Spre exemplu (J. Szczepanski – *op.cit.*, p.16), sarcina sociologiei generale de a lămuri *problema tuturor conflictelor interumane* este rezolvabilă prin cercetarea conflictelor din industrie, din politică, din familie, din instituțiile de învățământ etc. și detașarea acelor *caracteristici valabile pentru toate aceste sectoare ale socialului*.

Pentru un plus de claritate, oferim și un al doilea exemplu de abordare a socialului de pe poziția sociologiei generale și anume - *problema instituțiilor sociale*: elementele comune tuturor instituțiilor, procesul de instituționalizare, mecanismul general de funcționare, tipurile de instituții, raporturile dintre instituții ș.a.m.d. sunt doar câteva aspecte pe care sociologia generală le obține pornind de la cercetarea instituțiilor concrete ale subsistemelor sociale. În timp ce instituțiile subsistemelor socialului sunt obiect de studiu pentru științele sociale particulare și pentru sociologiile de ramură (afere), sociologia generală conchide asupra *instituțiilor sistemului social* făcând abstracție de înfățișările particulare ale acestora.

Această modalitate de abordare oferă posibilitatea de a avea o grilă cu ajutorul căreia să putem aprecia *instituția în genere*, indiferent de tipul ei, de locul unde se găsește și chiar de timpul în care se manifestă.

Pe ansamblu, demersurile sociologice, în afara faptului că sunt utile și interesante, au și un mare grad de dificultate confirmat de următoarele constatări:

a) Solicită cercetătorului deținerea de **cunoștințe** din diferite domenii și științe socio-umane.

b) **Subiectivitatea cercetătorului** este prezentă într-o măsură mult mai mare decât în cazul altor științe sociale. “Sociologul, într-un anume fel, se studiază pe sine atunci când studiază pe semenii lui și societatea în care trăiește. Or, este imposibil să faci un studiu științific în condițiile în care *tu însuși ești obiect* (subl. ns.)... Ești influențat de boala de care suferi” (H. Mendras – *Eléments de sociologie*, PUF, Paris, 1996, p. 16).

c) Problematika abordată de sociologie revendică **participări interdisciplinare**. Spre exemplu, D. Gusti și cei care au continuat tradiția monografiilor sătești în perioada interbelică formau echipe ce cuprindeau profesioniști: de la medic uman, medic veterinar, folclorist, bibliotecar și alții, până la maistrul-mașinist și maistrul-bucătar (D. Gusti – *Cartea echipelor. Îndreptar pentru studenți*, Editura Facultății de Litere și Filosofie, București, 1931).

De reținut:

D. Gusti a făcut studii în străinătate: în Franța (unde l-a avut ca profesor pe E. Durkheim) și mai ales în Germania – unde a studiat cu psihologul W. Wundt, geograful Ratzel, sociologii Ed. Spranger, Simmel și P. Barth. În 1897,

acesta din urmă a publicat o carte în care vorbea despre problema factorilor cauzatori ai socialului (geografici, biologici, psihologici, juridici, culturali etc.). Ulterior, D. Gusti a scris despre necesitatea urmăririi în monografiile sociologice a patru cadre și a patru manifestări: cadrele susțin și condiționează viața socială, iar manifestările sunt activitățile concrete.

O asemenea alcătuire a echipei de cercetare se datora *inventarului de probleme urmărit și concepției teoretice* respectate de Gusti, care l-au determinat să structureze cele *patru cadre și patru manifestări* în funcție de care s-ar putea oricând dobândi o cunoaștere adecvată a vieții sociale. Iată câteva aspecte care reprezintă obiectul de studiu al sociologiei și care trebuie concretizate, după **Gusti**, în cazul monografiilor sătești (D. Gusti – *Opere*, vol. I-IV, Editura Academiei, București, 1968):

- a) *cadrul cosmologic*: așezarea geografică, caracteristicile solului, bogățiile subsolului, poziția față de orașe și căi de comunicație, fauna și flora etc.
- b) *cadrul biologic*: numărul populației – pe vârste, sexe, confesiuni, profesii, structura biologică (frenologie, ereditate, încrucișări), starea sanitară (tipurile de boli întâlnite) și mijloacele aferente de tratare etc.
- c) *cadrul istoric*: originea comunității studiate, evoluția ei, caracteristicile istorice actuale etc.
- d) *cadrul psihic*: temperamentul, voința în raport cu datinile și obiceiurile, sentimentul moral, religios etc.

Cele patru manifestări menționate de D. Gusti ca problematică a sociologiei sunt:

a) **manifestarea economică**: averea personală și a familiei, mijloacele de muncă folosite, bugetul de venituri și cheltuieli, unitățile comerciale și productive existente în comunitate.

b) **manifestarea juridică**: raporturile sociale intracomunitare, ideile locuitorilor referitoare la legi, obiceiul pământului, instituțiile juridice, tipurile de delikte cu frecvență mare etc.

c) **manifestarea politică**: existența grupărilor politice, ideile conducătorilor, simțul civic, poziția față de activitatea politică etc.

d) **manifestarea spirituală**: instituțiile de stimulare a activităților intelectuale (școala, biblioteca, șezătorile culturale), gradul de frecventare a bisericii, educația în familie, gustul pentru frumos etc.

H. Stahl, inspirat din concepția lui D. Gusti și din aceeași nevoie de organizare și eficientizare a demersurilor sociologilor, elaborează o **matrice cu probleme ale sociologiei** care cuprinde cinci capitole (vezi și V. Miftode – *Metodologia sociologică*, Editura Porto-Franco, Galați, 1995, pp. 21-23):

- a) *natura fizică și umanizată*: caracteristicile fizice ale mediului înconjurător, zonele de muncă, zonele rezidențiale etc.

- b)** *populația* caracteristicile bio-psihoice, volumul, densitatea, structura de distribuție pe variabile multiple, mobilitatea etc.
- c)** *viața economică*: relații și activități productive, structura forței de muncă, tipologia mijloacelor de muncă, sfera ocupațiilor etc.
- d)** *viața politică și juridică*: formele de organizare politică, tradițiile politice și juridice, formele de conducere etc.
- e)** *viața culturală*: modelul și stilul cultural, gradul de realizare a cunoașterii, valorile culturale vehiculate etc.

În *Dictionnaire critique de la sociologie* (cf. M. Achim – *Introducere în sociologie*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1992, pp. 22-23), **R. Boudon și Fr. Bourricaud** grupează problemele sociologiei în opt capitole mari, după cum urmează:

- a)** *mari clase de fenomene sociale* (conflict, ideologie, religie);
- b)** *tipuri și aspecte fundamentale ale organizării sociale* (birocrație, capitalism, partid) ;
- c)** *concepte majore proprii sociologiei* (anomie, charismă);
- d)** *concepte de folosință curentă* în sociologie și comune mai multor discipline (structură, sistem);
- e)** *paradigme și teorii cu pretenții generalizatoare* (culturalism, funcționalism, structuralism);
- f)** *probleme teoretice majore* (control social, putere);
- g)** *probleme epistemologice majore* (obiectivitate, pozitivism , teorie);
- h)** articole privitoare la *principalii fondatori ai sociologiei* (aportul lor teoretic, metodologic și aprecierea relevanței lor actuale).

Un exeget al dicționarului critic elaborat de Boudon și Bourricaud (**Philippe Cibois**), în urma unui studiu de conținut asupra ediției din 1982, repartizează cele 93 de articole conținute de acesta pe patru mari probleme de sociologie, distribuite, ierarhic, astfel: *problemele grupurilor sociale* (25 articole), *problemele societății* (24 articole), *problemele individului* (23 articole), *probleme legate de valori* (21 articole).

Concluzie:

Problematica sociologiei ar mai putea fi urmărită, desigur, și după alte criterii, cum ar fi: opțiunile marilor personalități ale sociologiei, preferințele școlilor sau curențelor sociologice, preponderența problemelor în funcție de perioadele evoluției acestei științe ș.a.m.d.

Faptul de a fi înfățișat aceste inventare de probleme a avut un **dublu scop**: pe de o parte, de **a sugera multitudinea problemelor** care sunt studiate de sociologie, iar pe de altă parte – de **a evidenția lipsa consensului sociologilor** în alegerea problemelor de studiu.

Sociologul american **Al. Inkeles** a desfășurat o anchetă sociologică specială pentru a găsi “tabla de materii a sociologiei”, *comună* pentru numeroasele surse investigate: tratate, antologii, introduceri, manuale de sociologie, reviste de specialitate, tematica cercetărilor de teren, programe ale congreselor în domeniu etc. Toți marii sociologi care au consultat rezultatul “selecției” efectuate de Inkeles au fost de acord cu el (vezi și T. Herseni – *Sociologie*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1982, p. 47):

a) Analiza sociologică
• cultura umană și societatea • perspectiva sociologică • metoda științifică în știința socială
b) Unitățile primare ale vieții sociale
• acte sociale și relații sociale • personalitatea individuală • grupurile (inclusiv cele etnice) și clasele • comunitățile: urbane și rurale • asociațiile și organizațiile • populația • societatea
c) Instituțiile de bază
• familia și rudenia • economia • politica și dreptul • religia • educația și știința • recreația și bunăstarea • arta și expresia
d) Procesele sociale fundamentale
• diferențierea și stratificarea • cooperarea, acomodarea, asimilarea • conflictele sociale (inclusiv revoluția și războiul) • comunicarea (inclusiv formarea opiniei, exprimarea și schimbarea) • socializarea și îndoctrinarea • evaluarea socială (studiul valorilor) • controlul social • devierile sociale (crimă, sinucidere etc.) • integrarea socială • schimbările sociale

Bineînțeles că problematica sociologiei, așa cum a evidențiat-o Al. Inkeles, comportă multe obiecții. În același timp nu trebuie uitat că el și-a susținut concluziile cu informații provenite de la Școala americană de sociologie apreciată în prezent drept cea mai importantă.

Din cele prezentate până aici putem conchide că ***prima condiție de validare a sociologiei este satisfăcută***: cât timp va exista societatea, în mod firesc va exista și obiectul de studiu pentru știința care să o descrie, analizeze, explice. Mai mult, sporirea complexității societății se va reflecta în complicarea și diversificarea problematicii sociologiei. La prima vedere, **obiectul sociologiei – societatea** – pare a fi simplu de desemnat; mai dificil este să identificăm **varietatea înfățișărilor obiectului, adică problematica**. Până la urmă, dacă nu există abilitatea, perspicacitatea și metodologia de a anticipa evoluția unui fenomen social înainte ca el să devină *o problemă pentru societate*, acesta se impune prin forța evidenței și devine, astfel, *o problemă pentru știința sociologică*.

Din acest motiv temele cele mai abordate în sociologia occidentală vizează aspectele sociale deficitare: delicvență, discriminări rasiale, conflicte interetnice, divorțialitate, alcoolism, alienare etc. Cu cât problemele sunt mai alarmante și mai delicate, cu atât metodele, tehnicile de cercetare și de rezolvare vor căpăta autoritate și se vor impune drept condiții hotărâtoare în validarea sociologiei ca știință.



Întrebări:

- Care sunt diferențele esențiale dintre sociologia spontană și sociologia științifică?
- Care este deosebirea dintre o problemă socială și o problemă sociologică?
- Care sunt diferențele epistemice dintre obiectele de studiu pentru sociologia generală, sociologiile de ramură și științele sociale particulare?

3. Modalități (stiluri) de a face sociologie

Dacă analizăm producțiile sociologice ținând cont de momentul, locul în care s-au afirmat, de scopul pentru care s-au impus și chiar de particularitățile intelectuale și ideologice ale autorilor lor, constatăm existența unor diferențe semnificative între acestea. În marea majoritate a cazurilor, aceleași probleme sociale ajung să fie cercetate, interpretate și selecționate în maniere diferite – ceea ce ne determină să excludem posibilitatea unei “rețete” sau a unui model unic de abordare sociologică a acestora.

Este știut faptul că, în cadrul societății, nu se verifică univocitatea relației cauză-efect și, în consecință, nu putem vorbi nici de o stabilitate foarte mare a relației dintre problemele sociale și modalitățile aferente de rezolvare. Mai mult, membrii societății și, implicit, sociologii sunt afectați și preocupați în mod diferit de problemele sociale, au reacții care îi separă, beneficiază de capitaluri culturale neuniforme etc. Încât, cel puțin din punct de vedere teoretic, fiecare individ ar trebui să aibă propria variantă de rezolvare la fiecare neajuns cu care se confruntă.

Datorită comunicării interumane, propunerile culturale individuale ajung să se disperseze pe spații mari, devin oferte pentru colectivitate, sunt agreate de unii și respinse sau ignorate de alții. În funcție de alegerile efectuate de indivizi, se produce la scara întregii societăți un proces nu numai de selecție culturală, ci și de grupare a opțiunilor lor în adevărate **stiluri de acțiune și cunoaștere**.

De reținut:

Întrucât nevoile, aspirațiile, motivațiile oamenilor sunt foarte diferite, modalitățile acțional - cognitive sunt atât de variate încât este posibil ca la un moment dat să fie uzuale – și chiar confirmate – stiluri care, din punct de vedere axiologic și epistemologic, se opun.

Toate aceste aspecte se produc și în comunitatea sociologilor, iar în cele ce urmează vom prezenta, succint, o serie de perspective de a face sociologie, plecând de la câteva **criterii de clasificare**.

a) După gradul în care sociologii respectă condiția raportării nemijlocite la problemele sociale concrete există:

- *sociologie de catedră* sau *speculativă*. A. Comte, de pildă, aparține acestui stil pentru că nu a desfășurat cercetare concretă și pentru că aprecia cărțile, capacitatea de raționare și experiența proprie de viață drept condiții suficiente pentru a-și dezvolta concepția despre societate.
- *sociologie de teren*. Sociologii neopozitiviști, spre exemplu, sugerau că orice investigație sociologică trebuie să se rezume doar la a face “inventare de probleme și situații sociale”. Dacă se trece și la interpretarea datelor concrete, atunci sociologia devine filosofantă, ideologică pentru că realizează manipularea celor care citesc rapoartele de cercetare.

b) După poziția pe care sociologii o au față de schimbările care se produc în societate vorbim de:

- *sociologie statică*: analizele sunt îndreptate cu obstinație asupra acelor părți și funcții ale socialului care au mare stabilitate în timp și, deci, se perpetuează de la o perioadă istorică la alta;
- *sociologie dinamică*: preferințele sociologilor sunt orientate în special asupra problemelor referitoare la progres, conflict, nonconformism, mobilitate etc.

c) După atitudinea adoptată de sociologi față de autoritățile și grupurile care dețin puterea în societate, sociologiile se grupează astfel:

- *apologetice* – scot în evidență doar aspectele pozitive, reușitele guvernanților;
- *critice* sau *radicale* – insistă cu vehemență asupra eșecurilor umane pentru a determina conștientizarea fragilității funcționării societății și, mai ales, pentru a provoca mobilizarea decidenților în direcții cu efecte sociale terapeutice;

- *neutre* – înfăptuiesc cercetări și propun soluții care respectă principiul binelui colectiv și evită, pe cât posibil, pierderea echidistanței, înregimentarea sau alinierea la o anumită ideologie.

d) După mărimea unităților grupale pe care le cercetează și / sau teoretizează avem de a face cu următoarele perspective sociologice:

- *microsociologii* – au ca obiect grupurile mici (familia, grupul de muncă, grupul de studiu ș.a.) și chiar individul, în măsura în care el este producător de social și nu este preocupat numai de conservarea ori de optimizarea sinelui personal;
- *mezosociologii* – cercetează grupurile de mărime mijlocie de tipul claselor sociale, categoriilor sociale, comunităților urbane etc.
- *macrosociologii* – sferele grupale studiate prezintă dimensiuni statistice impresionante încât se confruntă cu societățile naționale, regionale și chiar cu omenirea în ansamblul ei.

e) După nivelul profunzimii investigării obiectului, sociologiile se diferențiază în:

- *descriptive* – consemnează doar “ceea ce se vede”, înregistrează faptele observate și, eventual, le clasifică;
- *explicative* – depășesc limitele descrierii întrucât încearcă să dezvăluie raporturile cauzale generatoare de fenomene sociale particulare și, totodată, să stabilească afinitățile dintre legăturile cauzale care fundamentează societatea;
- *comprehensive* – încearcă deslușirea trăirilor actorilor sociali, identificarea pe cale empatică a stărilor, motivațiilor acționale ale acestora sau, altfel spus, să stabilească de ce oamenii acționează într-un anumit fel și nu în altul.

f) După măsura convergenței descrierilor, explicațiilor și comprehensiunilor sociologilor constatăm cea mai clară delimitare a stilurilor sociologice, respectiv conturarea marilor **curente sociologice**. Pozitivismul, sociologismul, structuralismul, interacționismul, individualismul metodologic, etnometodologia etc. sunt doar câteva dintre cele mai importante curente sociologice. Fiecare dintre ele se remarcă prin specificitate teoretică, prin particularități de ordin metodologic și prin atragerea unui număr relativ mare de sociologi în jurul acelorași principii teoretico-metodologice.

De reținut:

Unele centre sociologice au reușit să se impună prin continuitatea stilului, prin prestigiul rezultatelor cercetărilor, prin renumele cercetătorilor lor etc., formând adevărate “școli sociologice” (ex. “Școala sociologică de la București”, “Școala de la Chicago”). Această sintagmă este utilizată și pentru a desemna producția sociologică a diferitelor spații naționale ca o formă de recunoaștere a dezvoltării lor în domeniul cercetării socialului. Astfel, vorbim de “școala

americană”, “școala franceză”, “școala engleză” etc. Mai mult, exegeții compară aceste școli, operează asupra lor cu judecăți de valoare pentru a le găsi caracteristicile esențiale, făcând abstracție, însă, de variația curentelor sociologice – concrete pe care le promovează.



Temă:

Reflecțați asupra stilurilor de a face sociologie identificate cu ajutorul primelor cinci criterii, alegeți o singură variantă de stil dintre cele două – trei posibilități oferite de aceste criterii și motivați – în scris – alegerea efectuată.

4. Modele sociologice de analiză și interpretare a societății

La începutul acestei unități de curs am prezentat o serie de date privitoare la contextul socio-istoric al apariției sociologiei și, de asemenea, afirmam că, pentru cei mai mulți dintre exegeții acestei științe, A. Comte este asumat drept fondatorul ei. Atribuim aceeași calitate și sociologului englez H. Spencer, întrucât a reușit să impună o direcție explicativă proprie asupra societății într-o perioadă de activitate relativ apropiată de cea a lui A. Comte. În cele ce urmează vom înfățișa câteva dintre contribuțiile acestor doi sociologi (pozitiviști) la care vom adăuga, cu selectivitate exagerată, elemente de teorie sociologică propuse de alți corifei ai domeniului: V. Pareto, E. Durkheim, M. Weber.

4.1. Auguste Comte: varianta pozitivistă

A. Date istorice și bio-bibliografice

- ◆ a trăit într-o epocă deosebit de agitată din istoria Franței, cunoscând urmările războaielor, revoluțiilor, comploturilor politice, industrializării, intensificării descoperirilor științifice etc.
- ◆ s-a născut la Montpellier (19 ianuarie 1798), a încercat să realizeze studii de politehnică, matematică și medicină, însă nu a avut succes, și a ocupat poziția de secretar al lui S. Simon (între anii 1817 - 1824) de la care preia cele mai multe dintre caracteristicile unei concepții pozitiviste despre societate;
- ◆ a avut o viață marcată de decepții care i-au provocat depresii nervoase și încercări de suicid;



♦ a reușit să-și recapete echilibrul psihic – în special datorită activității de creație – și în consecință, rămâne în istoria sociologiei prin câteva lucrări importante: “*Curs de filosofie pozitivă*” (șase volume publicate între anii 1830 - 1842), “*Discurs asupra spiritului pozitiv*” (1844), “*Sistem de politică pozitivă*” (vol. I – III, 1851 - 1854), “*Catehismul pozitivist*” (1852) ș.a. (vezi și M. Dubois – *Les fondateurs de la pensée sociologique*, Ellipses, Paris, 1993, pp. 61 - 83).

B. Elemente de teorie sociologică

Criza prelungită a societății ar putea fi depășită, considera A. Comte, prin adoptarea unei atitudini științifice, “pozitive” (sau “pozitivist”) asupra aspectelor fundamentale ale vieții sociale. Pentru a nu mai repeta greșelile manifeste în alte perioade, cercetătorul grupurilor umane trebuie să-și bazeze demersurile pe câteva “**principii pozitive**”:

- ♦ subordonarea imaginației față de observație;
- ♦ acceptarea invariabilității legilor naturale și a relativității cunoașterii sociale;
- ♦ respingerea empirismului excesiv și sintetizarea informațiilor despre societate în “legi pozitive”.

Mai ales ultimul dintre aceste principii a fost respectat de Comte, iar concretizarea lui s-a realizat în enunțarea unor “legi pozitive care guvernează societatea” și asupra cărora ne vom orienta în paginile următoare.

a) Teoria gradelor existenței umane

Sociologia poate fi definită, în varianta cea mai simplă, ca știința despre societatea umană. Or, societatea omenească nu este nicidecum omogenă; mai mult, ea cuprinde aspecte care, prin natura lor, sunt incompatibile, dar care formează, deopotrivă, substanța acestei definiții. Suntem tentați să credem că tot ceea ce există în societate este și necesar, deși, în realitate, componentele sociale funcționale sunt afectate (simultan ori succesiv) de cele disfuncționale. În plus, cercetătorul are tendința de a asocia disfuncțiile cu “accidentele” și de a investiga doar ceea ce apare ca benefic pentru societate (și care, de regulă, este conservat).

În vederea desprinderii de pericolul unei astfel de unilateralizări, sociologul este forțat să-și redirecționeze analizele, iar cea mai eficientă îndreptare a intereselor lui cognitive se produce atunci când *diferențiază gradele existenței umane*. Ca atare, el ajunge să identifice următoarele *instanțe*: viața individuală, viața domestică (familială) și viața societală (care poate atinge dimensiunile societății în ansamblul ei).

Fiecare dintre aceste grade ale existenței umane este definit prin unul sau mai multe atribute specifice. Astfel, individul este dominat de *instincte*, familia de *afectivitate* (exprimată între cei care o compun) și *inteligență* (pentru a-și asigura cele necesare întreținerii), iar viața societală presupune *inteligență* și *raționalitate* (prin acestea membrii ei caută să obțină un ascendent unii față de alții).

Concluzie:

Pe măsură ce analiza înaintea de la viața individuală la cea socială, se constată o diminuare a rolurilor instinctelor și afectivității și o creștere a importanței inteligenței și raționalității.

Să evidențiem, în continuare, câteva particularități ale fiecărui grad al existenței umane.

● Viața individuală

Este fundamentată pe numeroase instincte dintre care amintim: *instinctul comodității* (a obține maximum de rezultat cu eforturi minime), *instinctul egoismului* (fiecare om se gândește în primul rând la sine și apoi la ceilalți), *instinctul dominației* (individul râvnește să se impună în raporturile cu semenii), *instinctul rușinii* (teama de ridicol) etc.

Cel mai important instinct, susține A. Comte, rămâne cel al *sociabilității*, iar datorită acestuia ființa umană se integrează grupului, obține ajutor de la ceilalți și are exprimări cu caracter altruist.

În mod firesc, în acest moment al argumentației comteene, apare următoarea întrebare: individul acționează numai în virtutea instinctelor sau își utilizează și capacitatea rațională? Pentru a răspunde, suntem nevoiți să delimităm *motivațiile majore ale actelor individuale* (sau “spiritele activității”). Acestea sunt două la număr și se explică astfel: dacă acțiunea individuală răspunde numai spiritului de conservare, atunci ea este dominată doar de instinct, iar dacă ea vizează ameliorarea și dezvoltarea condiției existențiale, atunci inteligența și raționalitatea surclasează ponderea instinctelor; cele din prima categorie demonstrează forța *instinctelor personale*, iar secunde indică prezența *instinctelor sociale*.

Prin acestea din urmă, precum și prin instinctul sociabilității, A. Comte a argumentat, finalmente, că deși din punct de vedere metodologic diferențiem între viața individuală și cea socială, fiecare om normal nu poate fi decât o ființă participantă la viața de grup.

● Viața domestică

Familia reprezintă, în viziunea lui A. Comte, grupul intermediar între “individ” și “specie” (societate). În cadrul acesteia, individul începe să învețe “să trăiască prin celălalt”, iar în funcție de ceea ce “a primit” în familie el se integrează, cu un anumit indice de eficiență, în cadrul altor grupuri.

În raport cu societatea, familia este precum partea față de întreg: întotdeauna întregul va avea un spor calitativ față de diviziunile lui și va tinde să-și subordoneze părțile. Totuși, indiferent cât de mari sunt presiunile întregului, familiile își păstrează specificitatea: cultivă numai anumite tipuri de relații și are dimensiuni cantitative care, chiar în varianta familiei extinse, nu se confundă cu cele ale societății.

Din însumarea instinctelor, afectivității, responsabilității și inteligenței celor care alcătuiesc familia rezultă un quantum al puterilor (forțelor ei). Pe ansamblu, acestea se grupează în două tipuri: *puterea temporală* (asumată de membrii familiei după locul

ocupat în ierarhia grupului domestic) și *puterea spirituală* (deținută în funcție de inteligența și disponibilitatea afectivă a fiecărui component).

Concluzii:

- ◆ puterea temporală este, de regulă, apanajul tatălui, iar cea spirituală aparține mamei, datorită intensității sentimentelor naturale pe care ea le exprimă;
- ◆ existența socială are în grupul familial un stadiu pregătitor: la acest nivel se învață valoarea solidarității și afectivității, se însușesc elemente minime despre ce anume este permis în familie, dar este respins de societate, se pun bazele activității intelectuale etc.;
- ◆ fiind parte a unei societăți, familia îi formează pe membrii ei pentru a fi apti de a se integra în acea societate.

● Viața societală

Întrucât societatea depășește dimensiunile familiei, forțele care îi asigură stabilitatea și funcționalitatea sunt mai numeroase, după cum urmează:

◆ **forța materială** – este consecința activităților indivizilor în domeniul producției materiale (bărbații controlează această forță prin faptul că ei produc mai multe bunuri);

◆ **forța intelectuală** – este constituită din cantitatea de știință vehiculată de societate la un moment dat și, deci, aparține savanților;

◆ **forța morală** – este rezultatul manifestării afectelor, altruismului, solidarității necondiționate (femeile dețin în mod covârșitor această forță).

Dacă etichetăm familia ca *microsocietate*, atunci aceste forțe ar avea următoarea distribuție: prima revine tatălui, a doua – bătrânilor, iar cea de a treia este exercitată de mamă.

Tabloul gradelor existenței umane propus de A. Comte este completat, în conformitate, cu obiectivele pozitivistice aferente sociologiei lui, cu o serie de *trei legi sociologice*. Înțelegerea acestora ne ajută să cunoaștem mai clar modul de funcționare a societăților și a celor care le compun. Mai întâi, Comte nominalizează *legea integrării sociale*. În conformitate cu aceasta, în toate mediile sociale normale, familiile îl integrează pe individ, iar societățile integrează familiile. A doua lege este cea a *preponderenței sociale*, iar aceasta specifică: întotdeauna indivizii au de ales dintre mai multe variante acționale, iar varianta selectată la un moment dat exprimă o aspirație socială și se conservă un interval mai mare de timp.

Forțele societății, spre exemplu, implică angajarea *utilizatorului* și o dispunere dihotomică a orientării alegerilor pe care trebuie să le efectueze acesta. Ca atare:

◆ forța materială presupune activitate, iar rezultatul se materializează în *cantitate* (număr) și *calitate* (bogăție);

◆ forța intelectuală presupune inteligență, iar efectele sunt *erudiția* și *creativitatea*;

◆ forța morală incumbă afectivitatea sub forma *glasului inimii* și *caracterului*.

De reținut:

Ca urmare a acțiunii legii preponderenței sociale este relativ ușor să constatăm prevalența opțiunii pentru cantitate și un pentru calitate, pentru erudiție și nu pentru obositoarea creativitate, pentru glasul inimii (afectivitatea reactivă) în detrimentul caracterului (afectivitatea controlată de rațiune).

Alternativele enunțate de A. Comte fac obiectul celei de a treia dintre legile pozitive care ar lămurii atât stabilitatea societăților, cât și diferențele existente între acestea. În acest sens, el afirmă că glasul inimii, erudiția și cantitatea alcătuiesc *setul inferior al puterilor sociale*, iar caracterul, creativitatea și calitatea formează un al doilea set, însă, de o putere superioară.

În mod normal, societățile combină elementele acestor puteri (fie două elemente care țin de setul inferior și unul din setul superior, fie două din al doilea set și unul din cel dintâi) și le determină să respecte acțiunea *legii coeziunii* sociale, care spune că, oricât ar fi de diferite sursele puterii unei societăți, ele trebuie să se coreleze pentru ca societatea să fie funcțională. În caz contrar, acea societate își irosește forțele, nu ajunge la un mecanism stabil, matur de funcționare și, implicit, nu dobândește o identitate prin care să se evite confundarea cu alte societăți.

Observații finale:

- ◆ legile sociologice amintite sunt reflectări ale unor legi sociale obiective;
- ◆ argumentația oferită de A. Comte indică, după părerea noastră, diferența clară dintre sociologie (teoretică – în acest caz) și presociologie sau protosociologie;
- ◆ pentru alte detalii, vezi A. Comte – *Système de philosophie positive*, Vrin, Paris, 1970.

b) Statica socială și dinamica socială (ordinea și progresul social)

Premisa care a stat la baza abordării acestei teme de către A. Comte este următoarea: așa după cum biologia se împarte în două părți: anatomie și fiziologie, la fel și unitatea sociologiei rezultă din corelarea teoriei staticii sociale cu teoria dinamicii sociale. Prin urmare, pentru ca aserțiunile sociologilor să aibă consistență, aceștia trebuie să uzeze atât de aspectele structural-statice, cât și de cele privitoare la transformarea socială. De altfel, realitatea ca atare forțează adoptarea unui astfel de demers pentru că întotdeauna vor exista părți care să se mențină relativ neschimbate

pentru intervale apreciabile de timp și părți supuse unor schimbări mai mult sau mai puțin radicale.

În orice moment, *forțele* care definesc societatea se află în două ipostaze:

- ◆ de compunere (coeziune) sau de stabilitate (ordine) socială;
- ◆ de descompunere sau de tensiune și, implicit, de întrerupere a ordinii.

Prima dintre aceste ipostaze face obiectul acelei părți din sociologie intitulată *staticasocială*, iar a doua ipostază delimitează problematica unei alte părți din sociologie numită *dinamica socială*.

Concluzie:

Societatea se comportă ca un sistem, având ca obiectiv fundamental atingerea stării de ordine, iar pentru aceasta ea trebuie să treacă prin starea de descompunere sau de provocare a producerii progresului social.

În primele lucrări, A. Comte a analizat cu predilecție statica socială; lecția a 50-a din *“Curs de filosofie pozitivă”* este dedicată în întregime anatomiei sau staticii sau ordinii sociale. El avertizează pe cititor să nu confunde statica socială cu starea ultimă a sistemului social și nici cu stagnarea socială. În același timp, însă, afirmă Comte, nu putem nega faptul că *dacă lumea organică este stăpânită de lupta pentru existență, societatea ca organism social este mobilizată de “lupta pentru păstrarea ordinii”* (adică a structurii și a organizării). Cunoscând ceea ce păstrează și reproduce societatea, înțelegem de ce anume are nevoie aceasta ca să funcționeze minimal. În plus, dacă identificăm componentele societății care să reproduc la scară istorică, atunci trebuie să acceptăm că acestea sunt vitale și formează esența existenței umane.

Fondatorul sociologiei a identificat trei asemenea structuri (sau instanțe statice): *familia, diviziunea muncii și / sau cooperarea familiilor și, în fine, autoritatea sau guvernământul*.

● Familia

A. Comte nu începe analiza staticii sociale de la nivelul individului din mai multe motive:

- ◆ indivizii diferă foarte mult între ei (fizic, intelectual, religios etc.) , iar concluziile sociologice asupra acestora nu ar putea avea caracter nomotetic;
- ◆ societatea nu înseamnă suma indivizilor, ci ceea ce rezultă din gruparea lor ca urmare a relațiilor pe care le angajează;
- ◆ indivizii sunt dominați de instinctul egoismului. Totuși, ei sunt nevoiți să renunțe la o parte din pretențiile egoiste pentru ca societatea să fie posibilă.

În consecință, familia reprezintă “modelul primar de societate” care oferă identitate tuturor membrilor ei normali. Prin relațiile derulate în cadrul acestui grup se obține inițierea în sfera constantelor vieții sociale. Spre exemplu, o categorie principală de relații intrafamiliale este cea a *relațiilor filiale* (între părinți și fii); în mod natural, copiii se supun părinților care, pentru ei, constituie instanța autorității. Or, chiar și

societățile primitive au instituit rapid o formă de autoritate pentru că își amplificau astfel șansele de supraviețuire (ca să nu mai pomenim de societățile moderne). Prin urmare, învățând în familie deferența față de autoritate, copilul se înscrie ușor în circuitul social extrafamilial.

Relațiile conjugale sunt la rândul lor, o sursă de învățare a modelului societal. Chiar atunci când membrii cuplului își revendică egalitatea, se ajunge la subordonarea soției de către soț, sublinia A. Comte, la inegalitate și ierarhie; asumarea inegalității înseamnă, de fapt, dobândirea unei pârgii de integrare societală.

Dacă la toate acestea mai adăugăm legăturile de solidaritate dintre frați, obligația celor care compun familia de a contribui la întreținerea materială a acestora, educația morală exersată de părinți asupra copiilor, repartitia statutară în raport cu ordinea la naștere a copiilor etc. – realizăm o imagine mai clară asupra importanței familiei și, mai ales, putem detașa următoarea **concluzie**:

dintre grupurile umane subsumate societății, familia reprezintă grupul cel mai stabil și oferă individului elementele de bază necesare integrării sociale.

● Diviziunea muncii și cooperarea familiilor

Indivizii, pentru a exista, trebuie să consume și, ca atare, să producă. Atunci când produc, ei exprimă calitățile pe care le au. Dacă un individ dispune doar de forțele proprii în acțiunile angajate, atunci cantitatea și calitatea producției realizate nu pot fi decât sensibil diferite de cele obținute de alți semeni ai săi.

De regulă, individul caută să producă:

- ◆ ceea ce satisface aspirația proprie de consum;
- ◆ ceea ce aduce starea de confort și satisfacție familiei din care face parte;
- ◆ ceea ce ar putea să-i aducă avantaje dacă este destinat schimbului de produse

cu alți indivizi din alte familii.

Posibilitățile indivizilor de a produce sunt limitate. Limitarea este urmarea calităților (fizice, intelectuale, resurse materiale etc.) de care ei dispun în momentul desfășurării acțiunii. Nici un individ nu poate produce tot ceea ce are nevoie, susține A. Comte, iar în această situație se află și familiile. Pentru a depăși acest neajuns, indivizii și familiile recurg la:

- ◆ concentrarea eforturilor tuturor membrilor familiei pentru a realiza produse mai multe și de o calitate mai bună;
- ◆ specializarea producției;
- ◆ utilizarea unei părți a producției obținute pentru consumul familial și intrarea în relații comerciale cu celelalte familii pentru a schimba surplusul de produse cu alte categorii de bunuri necesare.

Concluzii:

- ◆ Fiecare familie contribuie, în conformitate cu justificările anterioare, la aprofundarea diviziunii muncii și a relațiilor de schimb;
- ◆ Familiile își probează indispensabilitatea într-un anumit spațiu prin faptul că oferă anumite tipuri de produse necesare nu numai membrilor ei, ci și celorlalți indivizi din acel spațiu.

Finalmente, potrivit concepției lui A. Comte, prin acest proces se asigură trecerea individului de la grupul familial la societate sau de la grupul în care relațiile sunt dominate de afectivitate la cel în care relațiile vizează, preponderent, interese.

Din cauza separării intereselor, indivizii și familiile pot avea în ceilalți indivizi și celelalte familii niște concurenți puternici; datorită diviziunii muncii, partea adversă devine, însă, o sursă suplimentară de supraviețuire sau de dezvoltare.

● **Autoritatea sau guvernământul**

Într-un spațiu rezidențial de mari dimensiuni, numărul familiilor este mare, iar interesele acestora sunt variate și, uneori, chiar opuse. Problemele sociale generate de funcționarea raporturilor dintre familii, dintre indivizi pot să se radicalizeze și să afecteze normalitatea conviețuirii. Pentru ca unitatea populației să se păstreze și pentru ca relațiile interumane să fie orientate în sens dezirabil, oamenii au creat un organ special – *statul*. Acesta exercită o puternică autoritate asupra familiilor și, prin natura lui, guvernează toți indivizii indiferent de particularitățile lor.

Sistemul statal de conducere și control necesită desemnarea unor persoane care să aplice prerogativele autorității în toate părțile spațiului social și care să aibă o percepție corectă a ansamblului social. Din aceste motive, spune A. Comte, societatea a stimulat formarea unei clase de actori “specializată în generalități”. Această specializare este superioară celei realizate de oricare dintre familiile care alcătuiesc statul deoarece le afectează și le influențează pe toate acestea.

Atunci când analizează problema specializării, fondatorul sociologiei aduce o serie de *argumente inspirate din biologie*:

- ◆ societatea este comparabilă cu un organism biologic uriaș;
- ◆ ca orice organism, societatea este formată din diferite categorii de părți: *elementele societății* (familiile), *țesuturile sociale* (clasele, castele), *structurile sociale* (organizarea țăesuturilor), *organele sociale* (orașele, satele) și *aparatele sociale* (statul, grupuri de state).
- ◆ cu cât organismele biologice sunt mai puțin evolute, cu atât gradul de specializare a organelor este mai mic și cu atât indivizii din respectiva specie se pot izola cu relativă ușurință fără să piardă caracteristicile speciei.

La nivelul societății se poate constata o specializare accentuată a părților, pornind de la familiile care o compun. Specializarea atrage după sine interdependența părților. Totuși, dacă din punct de vedere material, familiile specializate devin tot mai unitare, din punct de vedere spiritual ele devin din ce în ce mai dispersate (fiecare întreține relații în funcție de interesele pe care le are).

Structurile statice menționate până acum au stat permanent în atenția lui A. Comte și mai ales în lucrarea “*Curs de filosofie pozitivă*”. Într-o carte publicată mai spre sfârșitul vieții (“*Sistem de politică pozitivă*”) el a reordonat seria instanțelor statice:

♦ *familia* – toți indivizii aparțin prin naștere unor grupuri de consanguini și beneficiază astfel de afectivitate (forță morală);

♦ *statul* - sistemul de autoritate și conducere care produce indivizilor siguranța existențială (forță materială);

♦ *biserica* – instituție care formează oamenii din punct de vedere spiritual și îi apropie chiar atunci când ei aparțin unor organe și aparate sociale diferite (pot avea aceeași apartenență religioasă indivizi care fac parte din sate, orașe, state diferite).

În privința acestei ultime părți din statica socială, A. Comte a exprimat poziții contradictorii:

♦ în stadiul pozitiv (științific), la care urmează să ajungă toate societățile, factorii de ordin religios devin anacronici (“*Curs de filosofie pozitivă*”);

♦ în societățile moderne, inteligența și raționalitatea iau locul afectivității și speculației mistice. Întrucât oamenii au nevoie de religie, ea îmbracă forme bazate pe cunoaștere (știință) și le oferă acestora căi suplimentare pentru împlinire în plan material sau în înțelegerea fenomenelor naturale și sociale (“*Catehismul pozitivist*”).

Dincolo de aceste detalii, cunoașterea concepției lui A. Comte ne conduce la următoarea *concluzie*:

Societăți diferite sub aspectul resurselor, performanțelor, aspirațiilor, culturilor etc. reproduc aceleași instanțe statice pentru că acestea răspund cel mai bine nevoii de ordine socială (neviolentă).

Conservarea acestor instanțe este cu atât mai surprinzătoare, cu cât în spațiul social sunt numeroase perioade și situații de dinamică. Atunci când stabilitatea societății este perturbată, în mod mecanic se manifestă acțiunile de contracarare și de refacere a ordinii. Tendința de restabilire a ordinii este permanentă, obiectivă și nu trebuie să uităm că *rezolvarea momentelor de criză* înseamnă, de fapt, tot atâtea *momente de progres*.

Aceste aspecte sunt explicate de A. Comte în ultimele două volume din lucrarea “*Curs de filosofie pozitivă*”, dar și în alte scrieri. În esență, explicația lui asupra *dinamicii sociale* se sprijină pe următoarea premisă: *starea de criză – fie economică, fie socială, fie politică – este provocată de o insuficiență de natură intelectuală*; progresul social este posibil și necesar printr-o gândire rațională, pozitivă a contextului critic.

Oamenii – posesori de inteligență, deținători ai capacității de raționare și de operaționare, realizatori ai cunoașterii – nu sunt decât niște *instrumente ale acțiunii legii progresului spiritului*; această lege determină reformarea inteligenței care, la rândul ei, se repercutează în reformarea societății (progres social).

În evoluția ei, societatea a parcurs trei stadii (teologic, metafizic, pozitiv), iar în fiecare dintre acestea s-a manifestat câte o forță a inteligenței: *pasiv contemplativă* (stadiul teologic), *speculativă* (stadiul metafizic) și *activă* (stadiul pozitiv). Prin

cunoștințele procurate de aceste forțe, societățile au ajuns la detensionări și la “ordine prin progres”.

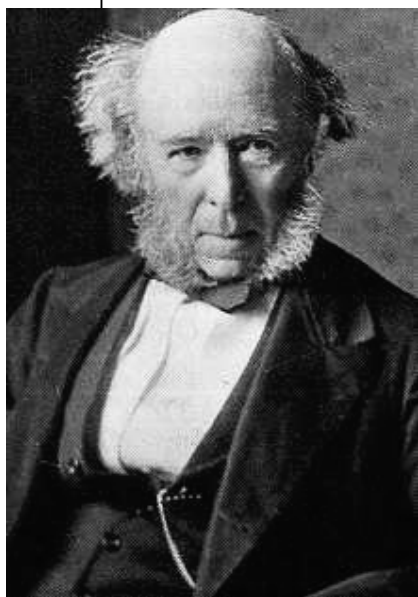
Așadar, chiar dacă pe ansamblul concepției lui A. Comte constatăm o prevalare a ordinii asupra progresului, nu trebuie să facem greșeala de a considera că fondatorul sociologiei a respins progresul social; mai mult, el nu numai că nu a negat progresul, dar l-a înțeles ca “mișcare către ordine”, iar aceasta din urmă o explică drept “ordine către ordine cu ajutorul progresului”.



Temă:

Lecturați capitolul “Cele trei faze ale dezvoltării mentale a umanității” din lucrarea lui A. Comte, “*Discurs asupra spiritului pozitiv*”, Editura Științifică, București, 1999, pp. 11 – 58.

4.2. Herbert Spencer: pozitivismul organicist



Denumirea de “sociologie” pentru știința despre societate a fost clipa de grație a spiritului creator al lui A. Comte. Totuși, intențiile științifice ale acestuia (recunoscut aproape în unanimitate ca fondator al sociologiei) nu s-au concretizat într-atât de mult încât noua știință să se îndepărteze net de filosofie. Mai mult, scrierile lui A. Comte au circulat relativ puțin la mijlocul secolului trecut și de aceea nu trebuie să punem doar pe seama acestuia fondarea și extinderea sociologiei.

H. Spencer, contemporan pentru câteva decenii cu A. Comte, a reușit acolo unde gânditorul francez izbutise mai puțin:

- ♦ a publicat lucrări (de sociologie) în tiraje foarte mari, reușind astfel să impună sociologia în Europa și America de Nord;
- ♦ și-a argumentat ideile despre societate apelând în mod deosebit la noțiuni de biologie și fizică, lăsând impresia că sociologia poate fi una dintre științele exacte.

Pentru aceste particularități, îl putem considera pe H. Spencer atât ca fondator al sociologiei, cât și ca autor al unei sociologii de importanță cel puțin egală cu cea a lui A. Comte.

A. Date istorice și bio-bibliografice

- ♦ a profesat ca inginer la căile ferate engleze (deși, după cum afirmă G. Papini, a cochetat cu multe alte profesii);
- ♦ a fost posesorul unei culturi vaste atât în domeniul științelor exacte, cât și în cel al științelor socio-umane;

- ◆ a avut informații despre mișcările revoluționare de la 1848 din Europa, precum și despre luptele de câștigare a independenței din uriașul imperiu colonial englez;

- ◆ a cunoscut efectele sociale, economice și politice ale revoluției tehnico - științifice din Anglia și din Europa occidentală;

- ◆ a scris zece volume pe teme de etică, statistică, biologie, psihologie și, mai ales, de sociologie. Acestea din urmă sunt dezvoltate în lucrările: “*Primele principii*” (1862), “*Studii de sociologie*” (1873), “*Principii de sociologie*” (1874 - 1875).

B. Teoria sociologică

Cunoscătorii concepției lui H. Spencer l-au etichetat în moduri relativ diferite: mecanicist (P. Andrei), evoluționist (T. Parsons), organicist (A. Cuvillier). Cei mai mulți dintre exegeți îl consideră, însă, un sociolog pozitivist organist.

a) Argumentele organiciste spenceriene.

Încadrarea acestui gânditor în orientarea organicistă (pentru unii istorici ai sociologiei el ar fi cel mai important reprezentant al acestei orientări și chiar fondatorul ei) este justificată de următoarele fapte:

- ◆ a preferat, spre deosebire de alți sociologi, analogia dintre societate și organismul biologic, întrucât modurile în care funcționează aceste entități i se păreau a fi foarte apropiate;

- ◆ a definit societatea drept cel mai mare organism posibil, care, până la un moment al evoluției lui, se comportă precum organismele biologice, iar, ulterior, trece în “organizație”.

Pentru a-și argumenta analogia amintită, sociologul englez a formulat o serie de asemănări și de deosebiri între organismele biologice și organismul social (societate). Iată câteva dintre **asemănările** menționate de el în lucrarea “*Principii de sociologie*”:

- ◆ organismul social, ca și cel biologic, suportă mai întâi o creștere de ordin cantitativ (organismele biologice sunt, la început miniaturale după care se dezvoltă în talie; la fel se întâmplă și în cazul societății: crește în dimensiuni pe măsură ce evoluează de la ceata primitivă la regat, imperiu etc.);

- ◆ unitatea de bază a organismelor biologice este celula în timp ce în organismul social aceasta este reprezentată de individ;

- ◆ în ambele tipuri de organisme este prezentă diviziunea muncii: în organismul biologic, activitățile sunt specializate pe tipuri de organe, iar în organismul social, ele sunt repartizate pe clase și straturi sociale;

- ◆ cu cât organismul biologic este situat în regnul animal pe o treaptă evolutivă mai înaltă, cu atât este mai complicată structura acestuia. Aceeași constatare este

valabilă și pentru organismul social: societățile moderne sunt mult mai complexe decât cele primitive (“tribul este un embrion de societate” – afirma Spencer);

- ◆ complicarea structurilor celor două tipuri de organisme atrage după sine fie înmulțirea numărului de organe componente, fie complicarea lor, fie ambele consecințe;

- ◆ cele două categorii de organisme se prezintă ca ansambluri care depășesc, din punct de vedere calitativ, părțile componente;

- ◆ dispariția părții nu amenință existența organismului. De pildă, celula are o durată de existență mai scurtă decât organismul biologic sau, în ceea ce privește organismul social, individul care moare nu determină și dispariția societății.

Pe lângă aceste asemănări, H. Spencer propune și un număr de **deosebiri**:

- ◆ în cadrul lumii biologice, organele sunt puse în valoare numai dacă sunt prinse funcțional în cadrul organismului. În schimb, în societate, individul este un “tot discret”: se bucură de libertate de mișcare – inclusiv de posibilitatea de a trece într-o societate umană străină;

- ◆ capacitatea senzitivă este distribuită pe tipuri de organe ale organismului biologic, pe când în societate nu există un “sensorium social”, iar indivizii au aproximativ aceleași capacități senzoriale;

- ◆ dacă în organismul biologic părțile există pentru întreg, în organismul social situația este inversă: societatea există pentru a-i forma, proteja și integra pe indivizi.

Pentru a-și susține și mai convingător teoria organicistă asupra societății, H. Spencer a recurs la numeroase exemplificări. Prezentăm câteva dintre ele pentru valoarea evidenței la care trimit:

- ◆ globula roșie, prin rolurile nutritive asupra părților organismului și prin circulația în care se află, este aproape identică monedei (fără de care societățile evolute nu ar putea exista);

- ◆ după cum vasele sanguine asigură distribuirea substanțelor nutritive în organismul biologic, la fel “căile de comunicație” înlesnesc funcționarea normală a organismului social. În societățile primitive, ca și la animalele inferioare – “căile de comunicație” nu sunt dezvoltate: la acestea din urmă circulația se face prin capilare, iar la primele prin “poteci” și “drumuri neamenajate”. În schimb, în organismele evolute există “căi ferate”, “șosele” (organismul social), vene, artere (organismul animal);

- ◆ există similitudini între fazele dezvoltării embrionului metazoarelor – de la stadiul unicelular până la vertebrate – și structurarea societăților pe clase. Astfel, fazei endodermului îi corespunde clasa producătoare, mezodermul poate fi asociat cu clasa comercianților, iar octodermul cu clasa conducătorilor.

Argumentele, exemplele oferite de H. Spencer justifică pe deplin atât apartenența lui la curentul pozitivist, cât și etichetarea ca “organicist”. Prin acestea, dar și prin ideile despre evoluție – concepția lui H. Spencer a atras un număr foarte mare de adepți.

b) Legea evoluției

Premisele care l-au determinat să elaboreze această lege au fost:

- ◆ convingerea că tot ceea ce există are ca principală caracteristică – *starea evolutivă*: structura Pământului a evoluat de la o eră la alta, plantele diferă de germenii seminali din care provin, speciile animale s-au schimbat de la structurile unicelulare până la vertebrate și om, individul uman se transformă cel puțin din punct de vedere fizic în același timp cu înaintarea în vârstă, mentalitățile personale și colective se metamorfozează de la o etapă temporală la alta, societățile evoluează de la structuri simple la alcătuiri din ce în ce mai complicate etc.

- ◆ indiferent de domeniul în care se produce, *evoluția exprimă niște manifestări legitime universale*:

“Când considerăm evoluția ca divizată în astronomică, geologică biologică aceeași lege de metamorfoză se aplică tuturor domeniilor printr-o simplă coincidență. Totuși, când recunoaștem că aceste divizări sunt grupe stabilite numai în mod convențional pentru a înlesni aranjarea și dobândirea cunoașterii, când ne amintim că existențele diferite cu care se ocupă fiecare dintre aceste diviziuni sunt părți componente ale aceluiași corpus, vedem că ele sunt ... o singură evoluție care se dezvoltă pretutindeni în același mod” (H. Spencer - *Premiers principes*, Schleicher Frères, Paris, 1902, p. 472).

Pentru a putea înțelege producerea evoluției, H. Spencer recomandă, în primul rând, recunoașterea acțiunii legii conservării energiei și a legăturilor dintre materie și mișcare. Acestea din urmă se află în *raporturi de inversiune*: integrarea materiei determină descreșterea mișcării, iar creșterea mișcării atrage după sine dezintegrarea materiei; evoluției îi corespunde integrarea materiei după o perioadă de manifestare a mișcării. Dacă în momentul reconcentrării materiei coeziunea agregatului corpului este mare, atunci avem de a face cu o *evoluție simplă*; dimpotrivă, în situațiile de coeziune mică – evoluția este *complexă*.

Spre exemplu, slăbirea barierelor comerciale în Europa ar însemna, într-o primă fază, o dezintegrare a materiei și accelerarea mișcării. Treptat, acest fenomen ar putea conduce la “formarea unei federații europene” (*op. cit.*, p. 271), adică la integrarea materiei în ipostaza evoluției complexe, întrucât într-o federație coeziunea rămâne întotdeauna redusă. Cât privește evoluția simplă aceasta poate fi identificată în ușurința cu care se integrează materia atunci când se unesc două state care au aceeași origine etnică.

Un al doilea aspect important pentru înțelegerea legii evoluției este cel referitor la natura “trecherilor” pe care le favorizează aceasta. În toate situațiile evolutive “se trece de la o omogenitate incoerentă la o eterogenitate coerentă” și “se pleacă de la nedefinit pentru a se ajunge la definit” (*ibidem*). **Omogenitatea incoerentă** este caracteristică nivelurilor primare de existență a agregatului când acesta prezintă aceleași trăsături în toate părțile lui; eventualele variații de la o parte la alta a alcătuirii lui nu se corelează - ca și cum nu ar aparține de același agregat.

De pildă, în societatea primitivă, la nivelul tribului, deosebirile dintre indivizi sunt foarte mici: au aceleași credințe religioase, desfășoară aceleași tipuri de activități, se raportează la aceleași instituții etc. Este suficient să cunoaștem un singur individ sau o singură familie dintr-un astfel de “agregat” pentru a ne putea da seama cum sunt toate celelalte diviziuni ale acestuia. Totuși, deși agregatul este omogen, structurile lui nu sunt coerente. În plus, cunoașterea omogenității incoerente, dincolo de aparența completitudinii, rămâne nedefinită pentru că structurile definibile vor fi întotdeauna prea puține.

Eterogenitatea coerentă se realizează atunci când în interiorul agregatului au loc deconcentrări ale materiei, diversificări ale compoziției lui urmate de o integrare a forțelor și a materiei mozaicate. Altfel spus, omogenul esențial a fost perturbat prin mișcare, aceasta trebuie limitată la un moment dat prin reconcentrarea structurilor devenite, între timp, eterogene pentru ca agregatul să poată folosi ceea ce a obținut – în forma evoluției simple sau a celei complexe.

Acesta este mecanismul producerii obiective a evoluției, iar el se verifică, susține H. Spencer, în toate domeniile, în toate agregatele și în fiecare dintre părțile agregatelor. De aceea, legea evoluției are un “caracter absolut”, însă, trebuie să acceptăm și următoarele variante care îi limitează acțiunea:

- ◆ evoluția nu exclude involuția (sau disoluția);
- ◆ evoluția se va situa întotdeauna între două repere absolute: omogenitatea absolută și eterogenitatea absolută.

Pe ansamblu, mecanismul evoluției trebuie cunoscut și aplicat, iar dacă evităm aplicarea lui existența provoacă de la sine mișcarea necesară. Spre exemplu, societatea se va metamorfoza “până când populația va fi devenit mai densă în toate părțile globului, când resursele globului vor fi în totalitate cunoscute, când actele producătoare nu vor mai putea progresa și va rezulta o balanță aproape completă între capacitățile sale de producție și cele de consum”. Din acel moment al adaptării totale la mediu, “fiecare societate nu va mai devia decât în mod ușor de la numărul optim al populației sale, iar ritmul funcțiilor sale industriale se va desfășura, din zi în zi și din an în an cu perturbații neînsemnate” (ibidem, p. 441).

Concluzie:

H. Spencer rămâne un moment de referință în istoria sociologiei deoarece:

- a formulat teoria organicistă și legea evoluției, dar și multe alte probleme de sociologie: relația individului cu statul, rolurile sociale ale puterii politice, tipologia societăților, avantajele industrializării etc.;
- a pus bazele sociologiei științifice și curentului pozitivist în sociologie împreună cu A. Comte;
- a determinat, împreună cu Ch. Darwin apariția unor noi orientări pozitivistice în sociologie (unele sunt valabile și astăzi): biologismul, darwinismul social, evoluționismul și chiar rasismul.

Temă:

Pornind de la următoarele citate, găsiți corespondențe între ideile lui H. Spencer și realitatea socio-politică actuală:



- “Conservatorismul și liberalismul s-au ivit la obârșie, unul din vremea Statului militar, iar celălalt din industrialism. Unul era pentru regimul Statului, iar celălalt pentru regimul contractului, unul era pentru acel sistem de cooperare silită care însoțește inegalitatea legală a claselor, iar celălalt pentru cooperarea voluntară, care însoțește egalitatea lor legală, și fără îndoială primele acte ale celor două partide aveau în vedere, la unul menținerea agenților care efectuează această cooperare silită, iar la celălalt slăbirea sau îmbinarea lor. Se înțelege că întrucât ceea ce se numește acum liberalism a extins sistemul restrângerii, el e o nouă formă a Conservatorismului” (H. Spencer – *Individul împotriva statului*, Editura Timpul, Iași, 1996, p.33).
- “Mulți dintre cei ce trec acum drept Liberali, sunt Conservatori (Tory) de o speță nouă” (ibidem, p. 19).

4.3. Vilfredo PARETO: varianta acționalistă și elitistă

A. Date istorice și bio-bibliografice

- a trăit într-o perioadă bulversată a istoriei peninsulei italiene: luptele pentru independență și unitate conduse de G. Garibaldi (1860), proclamarea regatului Italiei (1860), înfăptuirea unității Italiei (1870), reformarea sistemului electoral italian (1912) ș.a.
- s-a născut în Franța (unde părinții lui erau exilați), a profesat în Elveția și Italia (profesor universitar de economie la Lausanne, Director General al Căilor Ferate Italiene);
- a vrut să urmeze cariera politică (a eșuat în obținerea funcției de deputat în anul 1882), dar reușește să devină senator abia în 1923;
- a simpatizat cu guvernul fascist al lui Mussolini (fiind un aprig adversar al socialismului), însă a avut, mai curând, o viziune liberală despre viața politică;
- pentru accentele fasciste ale teoriei lui sociologice a fost prea puțin apreciat în Europa, dar relativ bine receptat în SUA, la începutul celui de-al doilea război mondial;
- exegeții l-au considerat „un om mândru, uneori disprețuitor, care folosește cu ușurință sarcasmul pentru a schimba în ridicol ceea ce nu-i place” și chiar mai mult: „un gânditor impertinent”¹.



¹ J. Freund, Pareto, *La teoria dell' equilibrio*, Editura Laterza, Roma, 1966, p. 1.

- s-a impus în istoria sociologiei prin lucrările: „Sistemele socialiste”, „Mituri și ideologii”, „Programa și sumarul cursului de sociologie”, „Fapte și teorii”, „Tratat de sociologie generală” ș.a.

B. Elemente de teorie sociologică

Cei care au studiat în profunzime creația paretiană au ezitat în a-l include cu precizie într-un curent sociologic. Cu anumite rezerve, unii îl consideră un sociolog pozitivist clasic, alții afirmă că este un neopozitivist, iar alții îl fixează în categoria sociologilor funcționaliști ori acționaliști. Pentru problemele sociologice abordate și, mai ales, pentru modul în care le-a tratat credem că V. Pareto se înscrie în grupul sociologilor care realizează tranziția de la pozitivismul clasic (A.Comte, H. Spencer) la neopozitivism (S. Stouffer, G. Lundberg ș.a.).

În esență, de numele sociologului italian sunt legate încercările reușite ale sociologiei de la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea de a-și stabili obiectul de studiu și metodologia optimă de investigare specifică. În acest sens, el susținea că sociologia se legitimează din punct de vedere științific dacă studiază acțiunile umane, dacă utilizează metoda logico-experimentală și dacă își întemeiază afirmațiile pe un număr considerabil de fapte sociale. Asupra acestor aspecte, dar și asupra altora, ne vom opri în cele ce urmează.

a. Sociologia – știință a acțiunii

Cel mai reprezentativ element identitar pentru individ și pentru grup este acțiunea. La aceasta se reduce, în ultimă instanță, esența umanului întrucât omul nu poate exista fără să acționeze. Stabilindu-și un astfel de obiect, sociologia are numai în aparență o misiune simplă; de fapt, spune V. Pareto, în orice acțiune sunt implicate aspecte voliționale, atitudinale și raționale (explicite sau implicite) greu de delimitat și de explicat. Finalmente, toate acestea sunt componente de ordin psihologic, iar în cazul în care sociologia le nesocotește ea nu accede la adevăr. *Caracteristicile de bază ale acțiunii*, potrivit sociologului la care ne referim, sunt²:

- include un quantum minimal de raționalitate;
- generează relații sociale fie prin determinarea consocierii unui număr de autori, fie prin receptarea efectelor de către neparticipanți (relația poate fi, deci, *directă* și presupune coparticipare la acțiune sau *indirectă* – prin mijloacele străine utilizate și prin consecințele atrase în spațiul social);
- este provocată de diferite tipuri de interese (de a câștiga din punct de vedere material, de a menține / spori prestigiul etc.);
- presupune convergența a trei componente: *actorul* sau agentul (săvârșitorul), *scopul* către care se îndreaptă demersurile actorului și *mijloacele* întrebuintate de către actor în vederea îndeplinirii scopului.

² Gr. Perrin, *Sociologie du Pareto*, P.U.F., Paris, 1966.

Aceste caracteristici au stat la baza dezvoltării unei celebre teorii sociologice asupra acțiunii. Prezentarea ei este realizată de V. Pareto în lucrarea „*Tratat de sociologie generală*”, iar noi vom înfățișa reperele esențiale ale acesteia după ce vom aminti și opțiunile metodologice fundamentale prin care s-a remarcat sociologul italian.

b. Metoda logico-experimentală

Pentru cercetarea acțiunilor și faptelor umane, V. Pareto recomandă utilizarea succesivă a *inducției* și *deducției*: „Pe cale inductivă, descifrarea fenomenelor elementare ar contribui la formularea unor concepte clare, care, deși nu reflectă întreaga complexitate socială, sunt singurele care pot servi ca bază reală pentru construcții teoretice mai ample. Aceste elemente simple sunt acțiunea socială și structura sa”. În schimb, pe cale deductivă se obține „recompunerea totalității sociale în vederea ajungerii la o teorie sintetică, generală asupra societății umane”³. Altfel spus, inducția înlesnește descompunerea analitică a întregului în părțile lui, iar deducția facilitează reconstrucția ansamblului prin sintetizarea detaliilor. Aceste două părți ale metodei paretiene, aplicate cu obstinație de sociolog⁴, îl conduc pe acesta la o cunoaștere riguroasă, comparabilă cu aceea din științele exacte. Pentru toate aceste precizări și pentru demonstrațiile aplicative pe care le-a făcut, V. Pareto este etichetat drept pionierul modelării matematice în sociologie.

În pofida unor detalieri rigide, obositoare și a unui aparat conceptual relativ complicat, el a elaborat o concepție sociologică deosebit de coerentă. Din multitudinea de posibilități, noi vom exemplifica apelând doar la două explicații sociologice paretiene: teoria acțiunii sociale și teoria echilibrului social în istorie. Prin acestea sperăm să convingem asupra ineditului argumentelor sociologului italian și, mai ales, asupra actualității gândirii acestuia – cel puțin pentru realitatea socio-politică românească.

c. Teoria acțiunii sociale

Din afirmațiile anterioare a rezultat faptul că sociologia este știința acțiunilor sociale sau umane. Or, „prima caracteristică a societății umane este *diversitatea*, corespunzătoare eterogenității indivizilor sau actorilor sociali. Diversitatea face inoportună orice analiză generală a acțiunilor. Așa cum științele naturii au început prin a descrie proprietățile obiectelor studiate și a elabora, pe această bază, *clasificarea* lor, sociologia trebuie să identifice acțiunile, să le clasifice și numai după aceea să le explice”⁵. Pornind de la caracteristicile actelor umane (enumerate mai sus), V. Pareto a realizat mai multe clasificări ale acțiunilor:

³ St. Buzărnescu, *Istoria doctrinelor sociologice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995, p. 35.

⁴ Vezi și B. Valade, *La naissance d'une autre sociologie*, P.U.F., Paris, p. 179 și urm.

⁵ I. Ungureanu, St. Costea, *Introducere în sociologia contemporană*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985, p. 79.

1. Acțiuni logice – acțiuni nonlogice. Atunci când relația actor – mijloc – scop se desfășoară în mod fluent și cu eficiență, acțiunea este de tip logic; orice perturbare a acestei relații reprezintă dovada că acțiunea este non-logică. Acțiunile logice sunt cele care utilizează cu succes metoda logico-experimentală; presupun eforturi mari din partea actorilor și, de aceea, sunt mult mai puține decât acțiunile nonlogice (în viziunea lui Pareto doar activitățile tehnologice, economice și unele tipuri de creație culturală sunt forme ale acțiunii logice).

2. Acțiuni obiective – acțiuni subiective. Dacă faptele actorilor sunt săvârșite prin respectarea exigențelor cunoașterii științifice, atunci acțiunea are suportul obiectivității. În schimb, dacă faptele se desfășoară sub presiunea scopurilor, preferințelor, aspirațiilor personale, atunci ele sunt de tip subiectiv. Totuși, chiar în această ultimă variantă, acțiunea nu este total lipsită de raționalitate.

3. Acțiuni ilogice – acțiuni nonlogice. Nu trebuie să punem semnul echivalenței între nonlogic și illogic: în acțiunea nonlogică, raționalitatea, deși diminuată, este prezentă; în schimb, în acțiunile ilogice, raționalitatea lipsește cu desăvârșire (actorul își propune scopuri frapante și himerice, mijloacele selectate pentru derularea acțiunii sunt uzate moral și stârnesc indignare, ilaritate în mediul social etc.).

4. Acțiuni logice – acțiuni nonlogice (variante îmbogățite). Pentru a sugera mai bine diferența dintre logic și nonlogic în acțiunile sociale, V. Pareto a recomandat să se pornească de la distincțiile: mijloace – operații, pe de o parte, și scop – rezultat, pe de altă parte. Separația logic – nonlogic devine de această dată mai clară și este evidențiată de următorul raționament paretian: dacă mijloacele deținute de actor sunt transpuse corect în operații, iar scopul pe care și l-a propus acesta se regăsește în rezultatul obținut, atunci acțiunea este tip logic; în caz contrar, avem de a face cu o acțiune nonlogică⁶.

Concluzie

Cea mai mare parte a actelor umane sunt nonlogice. Ca atare, lor trebuie să le acorde sociologul prioritate în analizele lui și să conștientizeze că esența societății rezidă din acestea și nu din acțiunile logice.

Acțiunile nonlogice sunt alcătuite din două componente: prima dintre ele este reprezentată de dorințe, instincte, sentimente etc., iar toate aceste resorturi psiho – energetice ar alcătui, după V. Pareto, *reziduurile acțiunii*; cea de a doua parte este desemnată de sociologul italian prin expresia *derivații logice* și nu înseamnă altceva decât încercările de raționalizare, justificare a actelor nonlogice. Cuvinte dispartate (aparent fără legătură cu acțiunea), invocarea autorității unei persoane, unui text, unui gest, apelul la un argument supranatural, sloganurile etc. sunt tipuri de derivații logice. În măsura în care acestea sunt corelate în acțiune pe intervale mari de timp, se pot transforma în concepții de viață, religii, ideologii. Totuși, derivațiile logice sunt secundare în raport cu orientarea și determinarea acțiunii de către reziduuri. Tipologia și

⁶ V. Pareto, *Traite de sociologie*, vol. I, Paris, 1917, p. 69 și urm.

caracteristicile acestora din urmă reflectă, de altfel, importanța de care se bucură reziduurile în ansamblul manifestărilor umane:

- a. **reziduul socialității** – predispoziția actorilor de a realiza asocieri și de a fi integrați mediului social în care sunt dispuși la un moment dat;
- b. **reziduul integrității** – tendința instinctivă a fiecărui om de a delimita și păstra ceea ce îi aparține;
- c. **reziduul exteriorității** – nevoia omului de a face cunoscute rezultatele actelor pe care le desfășoară și de a primi atestate din partea semenilor;
- d. **reziduul sexualității** – pornirea instinctivă a indivizilor de a perpetua specia și nevoia de a realiza aceasta prin respectarea regulilor uzuale în spațiul în care trăiesc;
- e. **reziduul persistenței agregatelor** – înclinația oamenilor de a conserva starea deținută la un moment dat și de a evita noutățile care le pot schimba schema de viață;
- f. **reziduul instinctului combinațiilor** – dorința de realizare a schimbărilor și de noutate a experienței.

Concluzii:

- a. primele patru tipuri de reziduuri sunt *secundare*, iar ultimele două sunt, în viziunea lui Pareto, *principale* (de distribuția acestora depinde starea societății);
- b. reziduurile prevalează în raport cu derivațiile, după cum acțiunile nonlogice sunt prevalente comparativ cu cele logice;
- c. reziduurile nu se identifică cu instinctele și afectele, ci sunt urmări și reflectări ale prezenței acestora.

Toate societățile pot fi definite plecând de la natura reziduurilor prevalente. De pildă, societatea medievală a fost una de tip conservator, întrucât a fost dominată de reziduul persistenței agregatelor; în schimb, societatea contemporană este concretizarea exprimării covârșitoare a reziduului instinctului combinațiilor. Dinamica ponderii reziduurilor principale îl conduce pe sociolog (în urma aplicării metodei logico-experimentale) la stabilirea unor tipuri de societăți, precum și a unor tipuri umane existente în cadrul acestora. În acest sens, V. Pareto propune următoarea **tipologie a societăților**:

- a. **raționale** – în care predomină acțiunile logice, derivațiile acțiunilor nonlogice și reziduul instinctului combinațiilor;
- b. **sălbatic** – în care marea majoritate a acțiunilor sunt ilogice, nonlogice și marcate în mod esențial de reziduul persistenței agregatelor;
- c. **intermediare (reale)** – respectiv societățile normale care cultivă ambele tipuri de reziduuri principale. Echilibrul acestor medii sociale derivă din alternanța reactivă a dominanței instinctului combinațiilor și persistenței agregatelor.

**tipologia
societăților**

**tipologia
umană**

În privința **tipurilor umane**, sociologul italian le delimitează (folosind același criteriu: prevalența reziduurilor principale) în:

- a. tipul speculant:** riscă, inovează, acționează rapid, își urmărește cu sagacitate interesele, se reorientează repede etc. pentru că este dominat de reziduul instinctului combinațiilor;
- b. tipul rentier:** temător, se mulțumește cu ceea ce are, se împotrivesc elementelor de noutate pentru că acestea îi schimbă schema de viață și nu are garanția sporirii confortului, nu se adaptează deloc sau se adaptează cu foarte mare dificultate la situații noi etc. pentru că este dominat de reziduul persistenței agregatelor.

Toate aceste aspecte privitoare la acțiunea socială au fost aplicate de V. Pareto în analiza rolului jucat în istorie de părțile („etajele”) corpului social.

d. Teoria echilibrului social (Teoria elitelor)

Capitolul al XIII-lea din *Tratat de sociologie generală* este intitulat „Echilibrul social în istorie” și reprezintă o ingenioasă, dar și controversată, teorie sociologică asupra elitelor. *Premisele* de la care a pornit V. Pareto în construirea acestei teorii sunt:

a. În cadrul societății acționează două *legi obiective*:

- *legea echilibrului social* (indiferent cum se prezintă societățile la un moment dat, ele tind să-și conserve forțele și să realizeze starea optimă de funcționare);
- *legea circulației elitelor* (modul de a fi al societății este indus de elitele ei, iar pentru optimizarea funcționării elitele se schimbă între ele în realizarea actului conducerii).

b. Natura umană se exprimă diferit de la un individ la altul. Totuși, chiar dacă sunt inegali, indivizii nu încetează să se grupeze în funcție de unele caracteristici: profesie, venituri, apartenență politică, apartenență religioasă, tipuri de reziduuri dominante etc.

c. În urma grupărilor realizate de indivizi, societatea se prezintă ca un imens corp social de formă piramidală în care partea superioară este ocupată de *elite*, partea inferioară desemnează *masele*, iar etajul intermediar sugerează dimensiunile *clasei mijlocii*.

d. Sursele fundamentale ale ordinii sociale sunt *forța* și *viclenia* (șiretenia)⁷. Orice societate utilizează forța. Chiar și cei care se opun forței ajung să facă uz sau să aprobe uzul forței. Cele mai bune instituții, reguli sau legi rămân „literă moartă” dacă nu sunt susținute de forță. O clasă se face simțită numai dacă reprezintă o forță sau dacă poate influența raporturile de forță existente, iar aceste avantaje au aparținut / aparțin, în mod tradițional, elitelor. Totuși, spune Pareto, împăratul Traian era puternic fără să fie violent, iar împăratul Caligula era violent fără să fie puternic. Prin urmare, *consensul social* se poate obține și pe calea șireteniei, nu numai pe cea a forței. Totuși, „fără forță, viclenia este neputincioasă și depinde prea mult de ciurcumstanțe”.

⁷ Vezi și J. Freund, op.cit., p. 191 și urm.

e. *Masa* este partea covârșitoare (din punct de vedere numeric) din structura populației, dar, în același timp, este amorfă, lipsită de inițiativă, dominată de reziduul persistenței agregatelor și are nevoie să fie condusă.

f. *Clasa mijlocie* reprezintă populația medie ca număr, stare socială și pondere a reziduurilor principale (oscilează când de partea maselor, când de partea elitelor).

g. *Elitele* cuprind indivizii care au obținut indicii cei mai ridicați din ramura lor de activitate sau "cei care au meritat notele cele mai bune la concursul vieții ori au tras cele mai bune numere la loteria existenței sociale".⁸

h. *Decalajul dintre elite și mase*, dar și dintre indivizii care aparțin aceluiași etaj al piramidei sociale, constă nu atât în diferența de avere, statut etc. cât, mai ales, în deosebirea ponderii reziduurilor principale. Ca atare, între elite și non-elite va exista întotdeauna o dispută, iar aceasta va dinamiza funcționarea societății.

Dacă elitele reprezintă cel mai important segment demografic, atunci trebuie să demonstrăm prin ce anume se remarcă acestea. Și în acest caz Pareto propune tipologii după cum urmează:

- după poziția pe care o au față de putere la un moment dat ele se împart în *elite guvernamentale* (dețin, exercită puterea și doresc să își conserve poziția) și *neguvernamentale* (râvnesc la obținerea puterii);
- după modul în care preiau puterea, se clasifică în "elite lei" (dobândesc puterea prin violență) și "elite vulpi" (obțin puterea prin viclenie). Fiecare dintre aceste elite se află, succesiv, pentru durate "determinate", în poziția de elită guvernamentală / neguvernamentală și aduce modificări specifice în spațiul socio-politic și cultural.

De pildă, **perioadei de guvernare a elitei "leu"** îi corespunde o stare de relativă stabilitate (dar fără prosperitate), o evoluție a culturii care încurajează misticismul și căreia, pe ansamblu, îi repugnă inovația. Dominația "leilor" este circumscrisă de forța legilor și a tradițiilor fiind sprijinită de un aparat birocratic și coercitiv excesiv de extins. Treptat, în cadrul elitei "leu" se produc scindări: o parte rămâne ultraconservatoare, iar alta devine "permisivă la schimbare" și se apropie, în mare măsură, de specificul "vulpilor". Acestea din urmă scot în evidență blocajul generat de "lei", manipulează masele pentru a se împotrivi guvernanților și determină căderea elitei "leu" concomitent cu desemnarea elitei "vulpe" în postura de deținătoare a puterii.

În timpul guvernării elitei "vulpe", prosperitatea economică este evidentă (mai ales în faza de început a exercitării puterii). Inovațiile culturale stimulează descătușarea energiilor creatoare, liberalizarea inițiativei autorilor, dar și creșteri alarmante în ceea ce privește imoralitatea, corupția, intriga, șantajul etc. Din dorința de a se îmbogăți, "vulpile" recurg la favoritisme, acțiuni subterane, încălcări frecvente ale legii etc. și provoacă o profundă stare de dezordine socială. De aceasta profită elita "leu" (neguvernamentală) care, cu ajutorul maselor (nemulțumite), reușește să revină la

⁸ V. Pareto, op.cit., vol.II.

putere. Viclenia elitei "vulpe" este probată și în această situație: își prelungește agonia atrăgând de partea ei pe unii lideri ai maselor (ex. liderii de sindicat)*.

Fiecare tip de elită aflat la putere generează atât avantaje, cât și dezavantaje pentru cei pe care îi conduc. *Avantajele* sunt demonstrate de schimbările produse și așteptate de populație în momentele imediate de după preluarea puterii (astfel se înlătură deficiențele elitei recent detronate); *dezavantajele* transpar în perioada finală a dominației unei elite, când ea nemulțumește nu numai elita neguvernamentală, ci și toate celelalte etaje ale piramidei sociale.

Concluzie

În orice moment, în cadrul societății trebuie să existe cel puțin două elite capabile să se înlocuiască în exercitarea puterii. Numai astfel se asigură procesul (obiectiv) de asigurare a echilibrului social. De altfel, istoria omenirii, susține V. Pareto, nu este altceva decât un "imens cimitir de elite": o elită cauzează "moartea" (căderea) alteia pentru ca, la rândul ei, să fie înlăturată atunci când împrejurările o revendică.

Precizare finală:

V. Pareto a scris această teorie în anul 1916, adică înainte de instituirea primului stat socialist din lume. Totodată, el *a avertizat asupra pericolului impunerii totalitarismului*: atunci când într-o societate dispar elitele (se omogenizează structura socială) și, deci, nu mai există posibilitatea circulației (alternanței) la putere, actul conducerii este asumat de o persoană (sau de un grup) care își atribuie puteri dictatoriale.



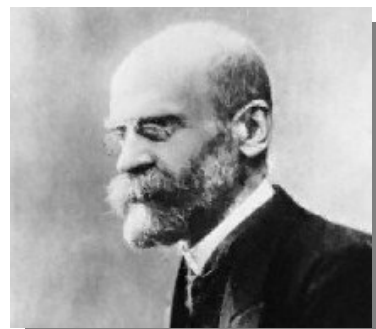
Teme:

- Explicați, pe baza argumentelor paretiene, modul în care comunismul românesc a "creat" dictatori.
- Comparați viața politică din România ultimului deceniu (partidele aflate la putere, oscilațiile la guvernare, fragmentările unor partide etc.) cu teoria elitară propusă de V. Pareto.

4.4. Emile Durkheim: perspectiva sociologistă

A. Date istorice și bio-bibliografice

- s-a născut la Epinal (Lorena) într-o familie de evrei și a fost educat de timpuriu pentru a deveni rabin (cu toate acestea el va opta pentru morala laică, pentru studiul filosofiei și profesorat în discipline pedagogice și sociologice);



* Să nu uităm că în România ultimului deceniu unii lideri de sindicat au devenit parlamentari sau au ocupat poziții ministeriale fiind atrași în aceste poziții de deținătorii puterii.

- a activat într-o perioadă în care Franța a fost afectată puternic de câteva evenimente: insurecția proletariatului parizian și instaurarea Comunei din Paris (martie 1871), disputele dintre monarhiști și republicani finalizate cu instituirea definitivă a regimului republican, conflicte armate cu Germania, reformarea școlii – 1882 (aceasta devine, prin lege, laică, gratuită și obligatorie), decretarea dreptului la întrunire (1881), acordarea libertății presei (1881), separarea instituției bisericii de tutela statului (1905) ș.a.
- toate aceste evenimente l-au determinat să scrie cărți despre solidaritatea socială, educație, viața religioasă, formele anomice ale vieții sociale, necesitatea deținerii unei metodologii sociologice etc.
- rămâne în istoria sociologiei drept fondator al școlii sociologice franceze, fondator al curentului numit sociologism, autor al primului îndreptar de cercetare sociologică (*“Regulile metodei sociologice”* - 1895) și realizator al primei cercetări de profil după canoane științifice (*“Sinuciderea. Studiu sociologic”* – 1897). Celebritatea lui se bazează și pe alte scrieri: *“Diviziunea socială a muncii”* (1893), *“Formele elementare ale vieții religioase”* (1912), articole publicate în revista *L'Année sociologique* etc.

B. Elemente de teorie sociologică

a. Interpretarea societății într-o nouă perspectivă deterministă

Sociologia perioadei în care a trăit și a creat E. Durkheim simțea nevoia de a fi convingătoare, iar în acest sens a propus, cu ușurință, mesaje nomotetice. Sociologii de la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului XX, deși se sprijineau pe argumente relativ puține, au considerat că esența tuturor societăților rezidă în zestrea biologică a bazei demografice (darwinismul social, rasismul, organicismul), în nivelul activității economice (marxismul), în similitudinile trăirilor psihice ale indivizilor (psihologismul), în presiunea exercitată asupra oamenilor de calitățile mediului natural înconjurător (geografismul). Toate aceste variante erau tipuri deterministe de explicare a funcționării vieții sociale. Finalmente, ele erau simplificatoare, vizau diferite categorii de evidențe, iar prin acestea deveneau atractive și căpătau adepți. E. Durkheim a apreciat că determinismele amintite sunt prea puțin utile sociologiei și, pe alocuri, chiar dăunătoare: *se justifică esența socialului plecând de la aspecte neesențiale ale acestuia* în condițiile în care “socialul se explică numai prin social”. În consecință, sociologul francez a propus un nou tip de determinism, respectiv *determinismul social*, și a făcut din acesta fundament pentru un nou curent sociologic: **sociologismul**. Axiomele care susțin consistența acestui curent sunt:

**determinismul
social**

sociologismul

- societatea nu poate exista fără asocierea, comuniunea indivizilor și nu trebuie confundată cu simpla însumare, juxtapunere a persoanelor⁹;
- societatea are o altă natură decât indivizii care o compun, nu se reduce la aceștia și se conservă mai mult decât fiecare membru al ei luat în parte;
- indivizii se exprimă în mediul social prin ceea ce au fost determinați să fie prin educație¹⁰.
- prin faptele sociale pe care le produce / reproduce, societatea probează că are o natură proprie, *sui generis*, la fel de obiectivă ca oricare dintre formele naturii fizice. Aceasta se impune indivizilor, există prin ei și dezvoltă caracteristici sociale dincolo de variantele voiențelor particulare.

Prin toate aceste coordonate sociologice, Durkheim, chiar dacă a fost acuzat de ontologism, a reușit să contureze cu claritate problema obiectului de studiu al sociologiei.

b. Obiectul sociologiei

Inspirat de concepția lui A. Comte, E. Durkheim este de acord că sociologia trebuie să studieze stările și manifestările umane concrete. În același timp, însă, el consideră că *actele individuale sunt, în realitate, sociale*, întrucât fiecare membru normal al unui grup este nevoit să respecte exigențele funcționale ale grupului. Prin urmare, relația dintre individ și colectiv este obiectivă, iar rezultatul ei este constituirea *faptelor sociale*. Acestea constau în moduri de a gândi, a putea și a simți ale indivizilor¹¹, moduri introduse din exteriorul lor fără ca ei să aibă posibilitatea de a le evita sau înlătura.

relația dintre individ și colectiv este obiectivă, iar rezultatul ei este constituirea faptelor sociale

Faptul social, privit la dimensiuni generice, reprezintă obiectul sociologiei, iar Durkheim îl definește “ca lucru” nu pentru a sugera obiectualitatea lui, ci pentru a evidenția obiectivitatea prezenței acestuia în viața socială. *Tipologia faptelor sociale* este extrem de largă: normele morale și juridice, dogmele, riturile, obiceiurile, limbajul, instituțiile, simbolurile corespunzătoare instituțiilor, valorile și idealurile colective, stările conștiinței colective etc. respectiv toate acele stări, organizări, idei și înclinații care nu sunt elaborate de individ, ci îi parvin din afară și care nu îi separă pe indivizi, ci, dimpotrivă, îi apropie, reunesc, aseamănă.

⁹ E. Durkheim, *De la division du travail social*, P.U.F., Paris, 1991.

¹⁰ Idem, *Sociologie și educație*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1978.

¹¹ Idem, *Regulile metodei sociologice*, Editura Științifică, București, 1974.

Mai simplu spus, reprezintă fapte sociale toate acele înfățișări, fenomene, procese ale umanității care se întâlnesc aproximativ în aceleași forme și intensități la un număr relativ mare de indivizi care aparțin aceleiași unități demografice.

De pildă, sărăcia, educația, religia etc. sunt fapte sociale la nivelul unei unități rezidențiale locale, zonale, statale, deși, de multe ori, au aceleași caracteristici chiar și dincolo de dimensiunile unui stat. Delimitarea corectă a obiectului sociologiei revendică apelul și la alte precizări:

- reacțiile fiziologice identice nu sunt fapte sociale pentru că răspund unor nevoi organice strict personale;
- fenomenele psihice care țin doar de conștiința individuală și se exprimă numai prin ea nu reprezintă fapte sociale.

Doar aceste două împrejurări nu generează fapte sociale; în rest, socialul este manifest în actele individuale într-o măsură mai mare sau mai mică, după caz, și îi determină individului starea și modul de exprimare. De altfel, concluziile lui Durkheim sunt indubitabile în privința modului de a înțelege obiectul sociologiei:

- orice fapt social este *exterior în raport cu individul și are caracter constrângător* (spre exemplu, utilizăm o normă socială deși alții au creat-o și o acceptăm chiar dacă ne este impusă);
- societatea funcționează prin respectarea *principiului dominației socialului asupra individualului și a principiului subordonării reprezentării individuale față de reprezentarea colectivă*.

Sociologia trebuie, pe lângă identificarea obiectului, să aibă niște modalități specifice de cunoaștere a faptelor sociale. Lucrarea lui Durkheim – *Regulile metodei sociologice* – nu este altceva decât o sumă de recomandări asupra modurilor de observare a faptelor sociale, de distingere între normal și patologic, de constituire a tipurilor sociale etc.*

Prin cercetarea obiectului, sociologia devine o știință aptă nu numai să explice societatea, ci și să o transforme potrivit aspirațiilor membrilor ei.

c. Sinuciderea – exemplu de fapt social?

În urma aplicării metodei comparative și a studiului documentelor, E. Durkheim a realizat o cercetare sociologică de amploare asupra faptelor autolitice, concretizată în lucrarea *Sinuciderea*¹². După mai multe încercări de definire a actului sinucigaș, sociologul francez s-a oprit asupra următoarei variante:

* Aspectele metodologiei lui Durkheim vă vor fi prezentate în anul următor la cursul de Metode și tehnici sociologice.

¹² Vezi E. Durkheim, *Despre sinucidere*, Editura Institutul European, Iași, 1999.

orice gest de suprimare a vieții, săvârșit de individ asupra lui însuși, dintr-o intenție pozitivă sau negativă, în mod direct sau indirect și în deplină cunoaștere a consecinței extreme.

Am putea crede că sinuciderea este cel mai personal act pe care îl poate realiza un individ și că, în acest caz, nu mai este vorba de un fapt social. Totuși, chiar și dacă facem abstracție de cauzele exterioare care îl împing pe un membru al societății la gestul autolitic, faptul rămâne unul social prin *consecințele* antrenate asupra celor rămași în viață și, mai ales, prin *ponderea statistică* a celor care îl săvârșesc. Dacă de la o perioadă la alta numărul sinucigașilor rămâne relativ același (raportat la un milion de locuitori), atunci sinuciderea este un fapt social normal; în situația în care se constată o creștere numerică spectaculoasă, nefirească față de tendințele perioadelor anterioare, atunci avem de a face cu un fapt social patologic.

În producerea faptului sinuciderii intervin cauze extra-sociale – stările psihice, rasa, ereditatea, clima, anotimpul etc. – însă determinarea cea mai puternică derivă din partea unor împrejurări sociale: apartenența religioasă, viața de familie, influențele vieții politice etc. Prima categorie de cauze (psihologice) provoacă sinucideri maniace, melancolice, obsesive și impulsive, iar cauzele sociale se repercutează în sinucideri egoiste, altruiste și anomice.

Cea mai mare parte a societății condamnă actele sinucigașe din punct de vedere moral și religios. În pofida interdicțiilor, proporția sinuciderilor tinde să se reproducă (cu mici variații) de la o perioadă la alta. În consecință, fenomenul sinuciderii se conservă ca fapt social și rămâne o problemă perpetuă pentru sociologie.

d. Solidaritatea socială

Este tema sociologică abordată de E. Durkheim în teza de doctorat, iar publicarea ei sub titlul *Diviziunea socială a muncii* i-a adus un prestigiu imens. În această carte, sociologul francez și-a propus să analizeze solidaritatea socială și să răspundă, între altele, la întrebarea: în ce împrejurări indivizii, diferiți din punct de vedere fizic, social, cultural etc. – ajung să formeze o societate? Argumentul ales ca variantă de răspuns la această interogație a fost, în mod surprinzător, *diviziunea muncii*:

diviziunea muncii

“cu cât este mai extinsă diviziunea muncii, cu atât părțile societății sunt mai distincte. Diviziunea muncii este, deci, cu atât mai mare, cu cât este mai mare numărul indivizilor care se află în contact suficient de puternic încât să reacționeze unii față de ceilalți. Dacă vom numi densitate dinamică sau morală apropierea sau contactul activ al indivizilor, putem spune că diviziunea muncii se extinde direct proporțional cu densitatea morală sau dinamică a societății”¹³.

Ca să înțelegem în profunzime rolul jucat de diviziunea muncii, trebuie să amintim formele acesteia: *naturală* (împărțirea muncii pe vârste și pe sexe), *socială* (distribuirea muncii pe clase sociale) și *tehnică* (repartizarea muncii necesare realizării unui produs în operații, etape și subetape în așa fel încât un individ ajunge să fie

¹³ Cf. I. Ungureanu, *Paradigme ale cunoașterii societății*, Editura Humanitas, București, 1990, p. 39.

specializat și implicat în doar câteva momente din procesul realizării produsului, iar producția presupune inevitabil interdependențele dintre actori). Concluzia durkheimistă înlesnită de consemnarea acestor variante de divizare a muncii este următoarea:

cu cât se înaintează de la diviziunea naturală spre cea tehnică, se constată adâncirea stării de dependență a individului de ceilalți membri prezenți în mediul lui acțional.

În același timp, individul devine indispensabil pentru societate și, deci, condiționează funcționarea normală a societății prin rolurile particulare deținute de el în diviziunea muncii.

Am putea crede că accelerarea diviziunii muncii este rezultatul unor motive de genul: ocuparea timpului liber, cheltuirea unui surplus energetic, nevoia de noutate, dorința de creștere a productivității muncii, aspirația la fericire ș.a. În realitate, ea reflectă presiunea exercitată de densitatea demografică și materială (alături de densitatea morală de care am pomenit mai sus). Altfel spus, diviziunea muncii se adâncește în funcție de gradul de acces la resursele materiale de subsistență și de numărul populației care depinde de aceste resurse.

Pentru foarte mulți sociologi – de până la Durkheim și de după acesta – densitatea mare a populației reprezintă cauza tensionării relațiilor interumane. Pentru fondatorul sociologismului, creșterea nivelului de solidaritate socială își are originea tocmai în sporul demografic. Acesta îi determină pe oameni să fie solidari și să găsească variantele relaționale care le-ar compensa insuficiențele densității materiale.

Privită din perspectivă istorică, solidaritatea are două forme:

mecanică și organică. **Solidaritatea mecanică** se bazează pe

Solidaritatea mecanică

asemănarea dintre indivizi la un asemenea nivel încât pot fi etichetați ca identici. Este caracteristică societăților de dimensiuni relativ mici, sălbatice, semicivilizate, conservatoare și tradiționaliste. Ar fi suficient să cunoaștem un individ dintr-o asemenea societate pentru a putea generaliza, fără să greșim, asupra modului cum este întregul spațiu socio-cultural din care el face parte. În schimb, **solidaritatea organică** (numită astfel de Durkheim, prin analogie cu anatomia și fiziologia animalelor superioare: organele acestora sunt specializate și își demonstrează importanța numai dacă sunt prinse funcțional în cadrul organismelor) este indusă de diferențele dintre indivizi: cu cât deosebirile dintre aceștia sunt mai mari, cu atât ei ajung să aibă nevoie mai mare unii de alții. Este caracteristică societăților evolute, civilizate, favorizează diversificarea profesiilor, facilitează dialogul dintre clasele sociale, creează ierarhii, atestă inegalități etc.

Solidaritatea organică

G. Gurvitch, un adept al sociologismului și un exeget al lui E. Durkheim, a realizat o abordare comparativă a celor două tipuri de solidaritate¹⁴, sprijinindu-se pe câteva criterii.

- După modalitatea de înfăptuire a integrării sociale, societățile dominate de solidaritatea mecanică își încadrează membrii în forme directe, iar societățile în care prevalează solidaritatea organică îi încadrează gradual (mai întâi la nivelul unor

¹⁴ Pentru alte detalii vezi și P. Dumitrescu, *Concepția sociologică a lui E. Durkheim*, Universitatea “Al. I. Cuza”, Iași, 1971.

subgrupuri, unor diviziuni teritoriale și ulterior la dimensiunile ansamblului social).

- *După gradul în care stimulează dezvoltarea personalității*, solidaritatea mecanică dizolvă individualitatea umană, îi forțează pe oameni să fie la fel din punctul de vedere al aspirațiilor, sentimentelor, gândirii etc. și blochează în mare măsură schimbarea; solidaritatea organică asigură dezvoltarea societății tocmai prin crearea împrejurărilor care să permită valorizarea capacităților personale.

- *După sursele de constituire a conștiinței colective* se constată fie originarea în transcendență a acesteia – acolo unde este uzuală solidaritatea mecanică – fie alcătuirea ei din elemente imanente, rezultate din dialogul indivizilor – în spațiile sociale unde este fluentă solidaritatea organică.

- *După tipurile de credințe practicate* există, de asemenea, deosebiri evidente: solidaritatea mecanică nu îngăduie nici un fel de abatere de la instanțele sacre validate socialmente (apartenența religioasă se transferă ineluctabil de la o generație la alta), în timp ce solidaritatea organică oferă indivizilor libertatea de opțiune religioasă.

- *După poziția pe care o adoptă față de ierarhiile sociale*, societățile se diferențiază astfel: mediile sociale unde prevalează solidaritatea mecanică reproduc cu mare fidelitate ierarhiile existente la un moment dat întrucât le consideră ca instituite de divinitate. În schimb, societățile civilizate, bazate pe solidaritatea organică, apreciază ierarhiile ca vremelnice, restructurabile, în care individul are posibilitatea să treacă de la o treaptă la alta a ierarhiei – în sens ascendent sau descendent.

Potrivit viziunii durkheimiste, studiul solidarității sociale este mai ușor de efectuat atunci când analizăm societățile contemporane și mult mai greu de făcut atunci când vizăm societățile premoderne. În ambele situații, cercetătorul are nevoie de indicii, “semne clare” ale solidarității, iar E. Durkheim recomanda orientarea cercetărilor după *sistemele de drept* uzuale în cadrul societăților; tipurile de delict, principiile justiției, sancțiunile aplicate, numărul de litigii etc. reflectă în bună măsură starea solidarității.

Sistemele de drept s-au constituit ca structuri garante ale celor două forme de solidaritate. Astfel, în societățile unisegmentare, practicante ale solidarității mecanice era (este – în cazul comunităților retardate actuale) uzual **dreptul represiv**. Potrivit acestuia, orice abatere a individului de la normele grupului trebuia aspru sancționată pentru a preîntâmpina disoluția comunitară și pentru a inhiba pe imitatori și recidiviști. În raport cu tipurile de delict se recurgea la sancțiuni de genul: mutilarea fizică, ostracizarea, excluderea definitivă din comunitate, suprimarea fizică etc.

În societățile funcționale după canoanele solidarității organice se respectă **dreptul restitativ**. De această dată represivitatea se transformă în restituție: dacă individul comite un delict el trebuie pedepsit, însă sancțiunea vizează reeducarea lui în vederea reintegrării (după perioada punitivă) în sistemul atât de mozaicat al diviziunii muncii.

Dreptul restitativ și solidaritatea organică – vitale pentru societățile civilizate – se consolidează în paralel și direct proporțional cu dezvoltarea statului și a contractului social.

Prin teoriile pe care le-a propus, E. Durkheim a influențat în mod decisiv starea sociologiei franceze, pentru multe decenii după moartea lui. Totodată, mulți sociologi de marcă din spațiul englez (B. Malinowski, Radcliffe Brown) și american (T. Parsons, R. Merton) au fost “durkheimiști”.

Teme:

- Lecturați cartea lui E. Durkheim “*Despre sinucidere*” și identificați caracteristicile principale ale tipurilor de sinucidere.
- Delimitați câte trei – cinci situații de solidaritate mecanică și solidaritate organică în mediul socio-profesional de care aparțineți.



4.5. Modelul weberian

A. Date istorice și bio-bibliografice

- Max Weber s-a născut la Erfurt în anul 1864 într-o familie elevată de la care a moștenit rigoarea calvină și opțiunea pentru ordinea prusacă;
- a efectuat o pregătire academică largă (economie, istorie, științe juridice) și este considerat de exegeți drept “părinte fondator” al sociologiei moderne¹⁵ și chiar “cel mai mare sociolog”¹⁶;
- a trăit într-o perioadă în care Prusia se angajează în războaie (victorioase) cu Austria și Franța, realizează o organizare militară desăvârșită, adoptă o constituție (1871) în care sunt consfințite structura federativă, sistemul electoral și părțile parlamentului, reușește să depășească unele situații de criză economică (1873 – 1879, 1900 – 1903) etc.;
- a avut o carieră universitară fluctuantă la Berlin, Fribourg, Heidelberg (întreruptă fie din motive de sănătate, fie pentru a avea mai multă continuitate în cercetare) și a murit în 1920 la puțin timp după ce își reluasese activitatea la Universitatea din München;
- s-a impus în sociologie prin câteva teme de maximă importanță: stratificarea socială, rolul politicii în viața societății, efectele religiei în funcționalitatea socială,



¹⁵ C. Cox, *Trinitatea seculară a sociologiei. Max Weber, primus inter pares*, în vol. *Studii weberiene*, Editura Clusium, Cluj-Napoca, 1995, pp. 42-43.

¹⁶ R. Aron, *La sociologie allemande contemporaine*, P.U.F., Paris, 1981.

delimitarea esențelor sistemului capitalist, modalitățile de cunoaștere a socialului etc. Aceste probleme sunt analizate în câteva lucrări devenite celebre: “*Economie și societate*”, “*Etica protestantă și spiritul capitalismului*”, “*Savantul și politica*”, “*Sociologia religiei*”, “*Sociologia dreptului*” ș.a.

B. Elemente de teorie sociologică

Din multitudinea temelor sociologice weberiene, ne vom opri în continuare numai asupra a două dintre ele: *obiectul sociologiei* și *ordinea socială*. Întrucât traducerile și exegezele românești dedicate creației weberiene sunt relativ puține, propunem cursanților să-și completeze imaginea asupra sociologiei lui Weber prin lecturarea celei mai importante din scrierile sale: *Economie și societate*.

a. Obiectul sociologiei

Chiar din modul în care Weber definește sociologia ne dăm seama de natura obiectului acestei științe și de unele caracteristici pe care le are acesta: “Sociologia este o știință care își propune să înțeleagă prin interpretare acțiunea socială și, prin aceasta, să o explice cauzal în desfășurarea și efectele ei. Acțiunea este o *conduită umană* (indiferent dacă este o activitate externă sau internă, neefectuată sau tolerată) dacă – și în măsura în care – cel sau cei ce acționează îi atribuie (îi asociază) un sens subiectiv. Vom numi *acțiune socială* acea conduită care raportează sensul atribuit, de cel sau cei ce acționează, la conduita altora și care se orientează, în desfășurarea ei, conform acesteia”¹⁷. Cu alte cuvinte, actele umane individuale care nu

„Sociologia este o știință care își propune să înțeleagă prin interpretare acțiunea socială și, prin aceasta, să o explice cauzal în desfășurarea și efectele ei”.

țin cont de modelul colectiv de derulare nu sunt acțiuni sociale și, în consecință, nu trebuie considerate obiect al sociologiei.

Deoarece actorii săvârșesc un număr enorm de fapte, ne punem, în mod firesc, întrebarea: cum pot fi delimitate acțiunile sociale de restul actelor care, deși sunt umane, nu sunt și sociale? Semnele care atestă calitatea socială a actelor umane, potrivit concepției weberiene, sunt:

- *Orientarea după grup*, respectiv adoptarea unui comportament care fie a fost / este exersat și de alții, fie este așteptat de ceilalți de la cel care acționează. Totuși, orientarea acțională a individului nu trebuie confruntată cu *uniformitatea*, cu *imitarea reactivă* și nici cu *influența* suportată din partea restului agenților, ci ea capătă atributul socialității prin *semnificațiile primite* de la categoriile de receptori ori prin *semnificațiile introduse* de săvârșitorul însuși în urma raportării la mediul grupal.

- *Structura acțiunii*. Aceasta poate fi evidențiată plecând de la determinantele activității: scopul, valoarea, afectivitatea și tradiția. În consecință, compoziția acțiunii poate fi apreciată ca fiind rațională ori afectată de iraționalitate. În lucrarea

¹⁷ Cf. R. Poledna în Postfață la vol. G.Simmel, *Religia*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999, pp. 102 – 103.

“*Economie și societate*”, M. Weber indică următoarele determinante ale alcătuirii acțiunii sociale¹⁸:

- *raționalitatea în raport cu scopul* (actorul realizează corelații între mijloace și scopuri, între scopuri și rezultate și între diferite categorii de scopuri);

- *raționalitatea în raport cu valoarea* (unele repere etice, estetice, religioase etc. structurează și dirijează acțiunea prin ele însele, chiar dacă nu conduc și la realizarea scopului. Mai mult, persistența valorii cu forță absolută în provocarea acțiunii, inclusiv în varianta neîmplinirii în rezultate, demonstrează faptul că raționalitatea valorii este umbrită treptat de iraționalitate);

- *prezența afectelor* (actorul este marcat de pasiuni sau sentimente, iar acestea motivează atât eșecul, cât și insuccesul);

- *modelul impus de tradiție* (actorul se manifestă potrivit recomandărilor cutumelor, obiceiurilor uzuale în plan local, evitând astfel sancțiunile celorlalți membri ai grupului și asigurându-și un nivel minimal de reușită).

Toate aceste aspecte, la care se adaugă metodologia de realizare a cercetării și cunoașterii lor (etapele construirii ideal-tipurilor și etapele comprehensiunii) formează obiectul sociologiei. Acesta este surprins sintetic în conceptul de acțiune socială, iar imensitatea formelor concrete în care se manifestă societatea reprezintă problematica sociologiei. În cadrul problematicii sociologiei, *ordinea socială* este, potrivit concepției weberiene, o temă de prim rang.

b. Ordinea socială

Indivizii care compun o societate au interese și posibilități diferite, desfășoară acte care îi înscriu într-un registru foarte larg incluzând în acesta și variantele acționale antitetice, propun soluții socio-culturale pe care, după o perioadă oarecare de timp, le neglijează sau le înlătură considerându-le lipsite de valoare ș.a.m.d. Asemenea exemple ne îndreptătesc să conchidem că societatea se confruntă cu situații de dezordine, însă își asigură continuitatea numai în măsura în care instituie un nivel de *ordine minimală*. În acest sens, numai grupurile societale și comunitare au legitimat instituții (modele dezirabile de acțiune), au inovat strategii de formare a membrilor lor, au fixat un număr de norme obligatorii pentru toți cei care le alcătuiesc sau doresc să adere la ele, au validat forțe care să sancționeze pe cei care le cauzează instabilitatea etc. Aceste căi de producere a ordinii sociale ne determină să facem următoarele precizări:

- atunci când individul se călăuzește în actele lui exclusiv după propriul interes, chiar dacă realizează adecvarea rațională între mijloace și scopuri, generează dezordine sau – în cel mai fericit caz – *ordine socială empirică*;
- atunci când actorul își orientează actele după tipurile de convenții uzuale în mediul său, el exersează o *ordine socială normativă*;

¹⁸ M. Weber, *Économie et société*, Plon 1, tome 1, Paris, p. 23 și urm.

- ordinea empirică este inconstantă, improbabilă (inclusiv în situațiile în care efectele provocate de ea sunt mulțumitoare), pe când ordinea normativă induce un nivel ridicat de probabilitate în reproducerea dezirabilității sociale;
- deși constrângerea este pârgă fundamentală de garantare a ordinii sociale, ea este completată de numeroși alți factori – emoțiile, educația, viața economică, religia etc. – cu efecte, de asemenea, pozitive.

Max Weber, adept al ordinii de tip prusac, a insistat în lucrările lui asupra următoarelor surse de ordonare a vieții sociale: *economia, dominația și birocrația*.

● Factorii de natură și de influență economică

Premisa weberiană în explicarea rolului ordonator jucat de acești factori a fost următoarea: societatea care nu atinge un nivel de viață economică aferent necesităților de comun ale membrilor ei, este afectată de dezordine, realizează o ordine socială de scurtă durată și nu își poate definitiva criteriile de judecare a elementelor ordinii. De aceea activitățile economice intrasocietale sunt esențiale: oferă status-uri și roluri locuitorilor, delimitează natura relațiilor dintre clasele sociale, determină în mare parte nivelul de trai al cetățenilor și îi procură individului satisfacția de a fi util mediului social.

După Weber, acești factori pot fi grupați în următoarea clasificare:

- *factori economici propriu-ziși*: resursele de materii prime, mijloace de muncă, bursele, băncile etc.
- *factori non-economiți generați de activitatea economică*: opțiunile estetice ale unei epoci, stilul cultural, orientarea indivizilor în alegerea profesiilor etc.
- *factori non-economiți care influențează viața economică*: moralitatea, afectivitatea, religiozitatea etc. În lucrarea “*Etica protestantă și spiritul capitalismului*”, de pildă, Weber demonstrează, între altele, modul în care dogmele protestante stimulează economia de tip capitalist. Raportul dintre convingerea teologică și comportamentul economic “explică de ce capitalismul industrial a apărut în Europa protestantă și nu în alte părți ale lumii”¹⁹: lenea, risipirea timpului sunt păcate mari pentru protestanți întrucât se pierde ocazia de a-l glorifica pe Dumnezeu. Atunci când individul protestant ajunge la rezultate economice prospere, el a obținut un indiciu indubitabil că este agreat de divinitate și că aceasta i-a ușurat calea spre succes. “Spiritul” și “condițiile economice” se asociază în mod fericit în religia protestantă²⁰, iar consecința cea mai importantă este progresele economice de tip capitalist.

Concluzie:

Definirea dimensiunii economice a societății ca sursă de ordine a preocupat pe foarte mulți gânditori – din antichitate și până în zilele noastre. Spre deosebire de aceștia, M. Weber a și demonstrat modul în care economia ordonează starea societății.

¹⁹ C. Cox, *op.cit.*, pp. 52-53.

²⁰ Vezi M. Weber, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, Editura Humanitas, București, 1993.

● Tipuri de dominație

În societățile vechi, constrângerea fizică era instrumentul discreționar și normal de înfăptuire a ordinii sociale. După apariția statului, constrângerea a devenit legitimă, urmare a unui drept politic uzual în granițele unui anumit teritoriu. Dar iată cum definește M. Weber statul – cea mai puternică instituție inductoare a ordinii sociale: “Statul este acea asocierie umană care își arogă cu succes dreptul de... dominare a oamenilor de către oameni, bazat pe instrumentul exercitării legitime a constrângerii. Pentru ca statul să existe, trebuie ca cei dominați să se supună autorității celor ce se pretind a fi, la un moment dat, dominatori”²¹.

Legitimitatea dominației rezidă în trei argumente – potrivit concepției weberiene: *tradiția*, *legea* și *charisma*. Pornind de la natura acestora vorbim și de trei tipuri de dominație în care se originează ordinea socială.

- *Dominația tradițională*. Obiceiurile, datinile, tradițiile stau la baza organizării sociale. “Drepturile și perspectivele diverselor grupuri sunt stabilite considerându-se că ceea ce s-a întâmplat dintotdeauna este sacru. Conducătorii ... posedă autoritate în virtutea faptului că sunt moștenitori, iar măsura autorității lor este dată de obiceiuri”²². Liderii societăților în care se practică acest tip de dominație acționează ei înșiși pornind de la premisa că “întotdeauna s-a procedat astfel” și îi educă pe supuși să procedeze la fel, să inoveze foarte puțin sau să aducă înnoiri care să prezinte afinități cu modelul tradițional de ordine.

- *Dominația legală sau rațională*. Puterea este exercitată ținându-se cont de prevederile unor statute și regulamente elaborate în mod rațional. Conducătorii consideră că nu fac altceva decât să “îndeplinească îndatoriri legale” și revendică obediență, supunere din partea celorlalți – de asemenea în temeiul legii. Pe ansamblu, statul “rațional” își construiește ordinea prin metode speciale de a conduce, prin obiectivele clare pe care le urmărește și prin faptul că impune ca fiind mai importante convențiile legale decât cele morale.

- *Dominația charismatică*. Actul de conducere este realizat de o persoană cu calități excepționale (“charismatice”) prin care apare în ochii supușilor drept o ființă providențială. Aceasta se adresează nu atât raționalității indivizilor, cât afectivității acestora și, deci, stârnește la cei pe care îi domină reacții emotive și nu conduite raționale. În politică, șeful charismatic înlătură tradiția și legile, se manifestă ca erou, revoluționar, dar și ca dictator sau demagog.²³

În perioada cât deține puterea un astfel de conducător, în societate există o puternică stare de solidaritate: încrederea în șef este oarbă, este exaltat fondul irațional al supușilor și, în general, este o ordine socială introdusă de o voință unipersonală. Mai dificil este momentul în care liderul charismatic dispare ca persoană fizică sau se retrage de la putere. Succesorul său poate menține ordinea socială apelând la pârgurile dominației legale sau raționale.

● Aparatul birocratic

²¹ M. Weber, *Politica o vocație și o profesie*, Editura Anima, 1992, pp. 8-9.

²² D.S. Pugh & D.J.Hickson, *Managementul organizațiilor*, CODEX, București, 1994, p. 6.

Prin birocrație, Weber desemnează “cea mai rațională formă a organizării sociale sau, mai precis, acel mecanism care coordonează în mod sistematic munca unui mare număr de indivizi și înfăptuiește cu succes obiectivele puse, indiferent dacă este vorba de administrația de stat, armată, economie sau vreo altă activitate socială”.²⁴ Prin urmare, termenul de birocrație nu comportă sensuri peiorative în concepția weberiană, ci, dimpotrivă, sugerează modul perfect de ordonare a problemelor funcționalității sociale.

Conducerea birocratică implică prezența activă a unor funcționari, iar aceștia au caracteristici statutare de genul²⁵:

- sunt liberi ca persoane, dar îndeplinesc numai îndatoriri specifice funcției deținute;
- sunt incluși într-o ierarhie a funcțiilor, iar în raport cu poziția deținută pot fi controlați sau pot realiza controlul activității;
- au competențe clar delimitate;
- sunt distribuiți pe pozițiile statutare numai în urma unor acte de selecție;
- calificarea profesională trebuie să fie validată de examene și diplome aferente funcției;
- sunt cointeresați material după nivelul responsabilităților și, implicit, după principiul rangului;
- funcția deținută trebuie să fie principala (sau chiar unica) sursă de venituri;
- pot realiza carieră administrativă întrucât au șanse să promoveze dacă probează calitățile necesare în acest sens;
- pozițiile statutare deținute la un moment dat nu devin proprietatea funcționarilor indiferent de prestigiul pe care îl au aceștia;
- se supun unor reguli de disciplină severă pentru a nu degenera în rutină, corupție, favoritisme etc.

Dacă toate aceste caracteristici ar fi aplicate de aparatul birocratic, societatea ar ajunge la o ordine socială perfectă. Totuși, trăsăturile birocratice propuse de M. Weber nu exclud manifestările patologice.²⁶ Astfel, *respectul față de reguli* se poate metamorfoza în inflexibilitate și formalism; *impersonalitatea* poate conduce la indiferență și insensibilitate birocratică; ierarhia poate determina diminuarea responsabilității și descurajarea inițiativei personale ș.a.m.d.

Concluzie:

Modelul birocratic weberian, dincolo de perspectivele eficienței prefigurate de acesta, este (aproape) o translare a unor principii cazone prusace la nivelul societății civile. Ca atare, chiar dacă ordinea socială ajunge să aibă – prin economie, dominație și birocrație – amplitudine maximă, societatea capătă

²³ M. Weber, *Le savant et le politique*, Plon, Paris, 1959.

²⁴ C. Bordeianu, D. Tompea, *Weber – azi, Weber – ieri*, Editura Institutului Național pentru Societatea și Cultura Română, Iași, 1998, p. 104.

²⁵ M. Weber, *Économie et société*, p. 226.

²⁶ D. Beetham, *Birocrația*, Editura Du Style, București, 1998, p. 39.

imagini mecaniciste alarmante. Weber, chiar dacă nu o spune, a avut în vedere, probabil, ordinea socială din spațiul socio-cultural german; pentru restul spațiilor socio-culturale aceasta este mai flexibilă, dar și cu mai puține rezultate. Totuși, ne putem raporta la conținuturile ordinii sociale weberiene ca la niște repere ideal- tipice.

Teme:

- a. Alcătuiți o listă din care să rezulte avantajele existenței sistemului birocratic.
- b. Identificați și caracterizați un număr cât mai mare de manifestări biropatologice din spațiul românesc actual.



CUNOAȘTERE ȘI COMUNICARE

Conf. dr. Stan GERARD

CUPRINS

I. Opinie și cunoaștere

- A. Cum poți fi sigur că știi ceea ce comunică
- B. Cunoașterea tacită și cunoașterea propozițională
- C. Teorii asupra naturii opiniei
- D. Opinii raționale și opinii iraționale
- E. Modalități de fixare a opiniilor
- F. Opinia adevărată reprezintă cunoaștere?
- G. Analiza tradițională a cunoașterii
- H. Contraexemplele de tip Gettier
- I. Există procese cognitive demne de încredere?

II. Structurile cognitive și comunicarea

- A. Percepție, cunoaștere și comunicare
- B. Rolul rațiunii în geneza cunoașterii
- C. Cunoaștere și memorie

III. Adevăr și comunicare

- A. Corespondența unei opinii cu realitatea
- B. Coerența – esență și indicator al adevărului
- C. Opinia adevărată – de la consens la acțiune

I. Opinie și cunoaștere

- (A) Cum poți fi sigur că știi ceea ce comunică
- (B) Cunoașterea tacită și cunoașterea propozițională
- (C) Teorii asupra naturii opiniei
- (D) Opinii raționale și opinii iraționale
- (E) Modalități de fixare a opiniilor
- (F) Opinia adevărată reprezintă cunoaștere?
- (G) Analiza tradițională a cunoașterii
- (H) Contraexemplele de tip Gettier
- (I) Există procese cognitive demne de încredere?

(A) **Cum poți fi sigur că știi ceea ce comunică?** În viața de zi cu zi, în diversele ipostaze și situații în care ajung, oamenii își comunică convingerile sau opiniile cu privire la proprietățile unui lucru fizic sau abstract, cu privire la un fenomen politic sau social, la faptele sau caracterul altor oameni, cu privire la întâmplări din propria lor viață sau cu privire la situațiile prin care a trecut un prieten sau o vedetă TV. Astfel, în funcție de contextul în care ne aflăm, putem comunica altora opinii precum:

- (a) *Cerul este albastru și soarele începe să apună.*
- (b) *Știu să conduc mașina.*
- (c) *Printr-un punct exterior unei drepte poate fi dusă doar o singură paralelă la dreapta dată.*
- (d) *Atomul de hidrogen posedă doisprezece electroni.*
- (e) $7+5 = 12$.

Ori de câte ori comunicăm o astfel de opinie, încercăm să o asigurăm suplimentar în fața eventualelor replici, spunând „Eu știu că...”, „Eu cunosc că...”, „Eu am temeiuri suficiente să cred că...”, „Este adevărat că...”. În cele mai multe din situații, folosirea acestor sintagme, menite să întărească propriile aserțiuni, nu este una problematică. În toate aceste cazuri, „a cunoaște” posedă un sens slab, comun, neproblematic. Dar, chiar și la nivelul simțului comun există utilizări ale lui „a ști” și „a cunoaște” care pot ridica semne de întrebare. De pildă, „a ști” din enunțul

- (f) *Prietenul tău știe destul de bine principiile de bază ale mecanicii cuantice* nu este folosit în același mod cu „a ști” din enunțul
- (g) *Dan Grigore știe să interpreteze magistral Sonata Lunii de Beethoven.*

În primul caz, „a ști” trimite la anumite cunoștințe învățate la școală, cunoștințe ce pot fi exprimate fără prea multe probleme (în cazul în care materia este bine stăpânită!) într-o serie de propoziții. În cel de-al doilea caz, „a ști” semnifică o anumită măiestrie a interpretării, face trimitere la o anumită artă interpretativă. În această ultimă situație, „știința” respectivă este greu, dacă nu chiar imposibil, de formulat în enunțuri și de comunicat. Mai mult, la o analiză atentă, vom vedea că și expresia „a cunoaște” sau „a ști” are, luată izolat, o semnificație destul de greu de precizat. Dacă am încerca să fim mai riguroși, ne vom întreba dacă „a cunoaște că p ” semnifică faptul că eu știu că p este adevărat, că am bune motive să cred că p sau că p este adevărat și, în același timp, am și bune motive pentru a accepta p . Să presupunem că ultima variantă ar fi corectă. În această situație, chiar dacă avem sentimentul că am explicat ce înseamnă „cunosc că p ”, va trebui să explicăm ce înseamnă „ p este adevărat” și „am bune motive pentru a accepta p ”. Dacă spunem că „ p este adevărată” atunci când corespunde faptelor, va trebui să încercăm să explicăm ce înseamnă „a corespunde faptelor”, iar dacă spunem că „a avea bune motive pentru a accepta p ” înseamnă că p este corect întemeiată, trebuie să explicăm ce înseamnă că „ p este corect întemeiată”.

În esență, cursul nostru va încerca să aducă clarificări asupra condițiilor necesare și suficiente ale cunoașterii și cu privire la legătura existentă între procesele cognitive și cele de comunicare; în plus, vom încerca să clarificăm problema izvorului sau surselor opiniilor pe care le susținem într-o situație sau alta, pentru ca să încheiem cu lămuriri asupra naturii și criteriilor adevărului. Pentru a putea aduce astfel de clarificări trebuie să parcurgem o serie de pași preliminari: trebuie să precizăm semnificația câtorva concepte, să delimităm simpla opinie de opinia adevărată și întemeiată etc. Abia odată făcuți acești pași, vom putea încerca să răspundem la trei întrebări fundamentale ale teoriei cunoașterii:

- (I) *Ce condiții trebuie să îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere?*
- (II) *Care sunt sursele opiniilor noastre?*
- (III) *Cum putem deosebi simpla opinie de opinia adevărată?*

Succesul actelor noastre de comunicare depinde de răspunsurile pe care le vom oferi celor trei întrebări. Încercarea de a căuta răspunsuri adecvate celor trei întrebări va constitui și miza acestui curs.

Premisa de la care plecăm este aceea că avem bune temeiuri să credem faptul că putem cunoaște atât lumea fizică, cât și pe cea socială, și că scepticismul (atitudinea prin care se contestă posibilitățile umane de cunoaștere) poate fi enunțat, dar cu greu poate fi apărat.

(B) Cunoașterea tacită și cunoașterea propozițională. Credem că totalitatea cunoștințelor pe care le posedăm la un moment dat este reductibilă la o parte a mulțimii opiniilor sau convingerilor noastre. Conversa nu este însă valabilă: nu toate opiniile și convingerile noastre sunt cunoștințe (și aceasta în ciuda înclinației noastre naturale de a crede că orice părere a noastră este valoroasă, epistemic vorbind). Însă, înainte de a arăta de ce lucrurile stau așa și nu altfel, trebuie să explicităm o idee susținută în mod implicit mai sus: orice cunoștință este o convingere ce poate fi asertată, comunicată, explicată, consemnată etc. Am văzut în (A) că putem folosi „a cunoaște” precum în (g). Or, în acest caz, „a cunoaște” nu mai trimite la o convingere sau opinie ce poate fi

asertată și făcută explicită, ci, mai degrabă, la un set de deprinderi de natură non-verbală. În ciuda acestor posibile situații, trebuie să încercăm să lămurim de ce prin „a ști” noi înțelegem, în cele mai multe situații, „a ști că ceva se întâmplă într-un fel sau altul”.

„A ști să cânti la pian” sau „a ști să mergi pe bicicletă” nu este același lucru cu *a ști că* axioma paralelelor din geometria euclidiană este exprimată prin enunțul următor: printr-un punct exterior unei drepte nu poți duce decât o singură paralelă la dreapta dată. „A ști” este folosit în cele două contexte în maniere diferite. Această deosebire între cele două genuri de utilizări ale lui „a ști” a fost sesizată explicit de către Gilbert Ryle; filosoful englez era convins că trebuie să deosebim între „a ști că” (*knowing that*) și „a ști cum” (*knowing how*)¹. Prima expresie trebuie utilizată în acele fraze în care facem trimitere la o opinie de-a noastră, pe care o *considerăm* cunoștință autentică; cea de-a doua expresie trebuie utilizată în aserțiuni care fac trimitere la acele activități ale noastre al căror conținut nu poate fi pe deplin verbalizat. Prima expresie sugerează faptul că deținem o cunoaștere explicită despre un lucru sau altul, despre un proces, o proprietate sau relație; cea de-a doua expresie sugerează faptul că știm să facem ceva, dar că acel ceva nu poate fi în întregime exprimat cu ajutorul cuvintelor. Distincția operată la nivel lingvistic trădează, la un nivel mai fundamental, existența a două contexte cognitive radical diferite și, implicit, a două genuri de cunoaștere diferite: *în primul caz*, am avea de-a face cu o *cunoaștere explicită*, pe când *în cel de-a doilea caz*, am avea de-a face cu o *cunoaștere tacită*. Așa cum sublinia și Mircea Flonta, „cunoașterea tacită poate fi caracterizată în mod negativ spunând că este acea cunoaștere ce nu poate fi despărțită de activitatea în a cărei producere intervine. În acest sens, cunoașterea tacită este o cunoaștere în stare practică”². În virtutea acestei precizări, putem vedea în activitatea de a merge pe bicicletă rezultatul faptului că *știi* să merg pe bicicletă; dar acest „știi” este de natură practică, fiind imposibilă transformarea sa într-un set explicit de reguli pe care le-aș respecta deliberat atunci când merg pe bicicletă. Așadar, cunoașterea tacită nu trădează existența unei cunoașteri înglobate într-un set reguli (pe care le respectăm, eventual, fără să știm), ci a unor dispoziții și capacități dezvoltate în urma desfășurării unei activități de genul „încercare și eroare”, a unui antrenament orientat către un anumit scop³.

Cunoașterea tacită este de așa natură încât tot ceea ce este mai propriu ei este faptul că se sustrage oricărei tentative de exprimare fără rest în enunțurile formulate în vreun limbaj. Dimpotrivă, cunoașterea explicită este cea care poate fi exprimată în enunțuri cu diferite grade de generalitate, ce pot fi asertate și comunicate. A avea cunoașterea tacită a ceva înseamnă a avea dispoziția sau capacitatea de a acționa într-un anumit fel; a avea cunoaștere explicită despre un lucru înseamnă a avea posibilitatea de a descrie și explica acel lucru în enunțuri ce pot fi înțelese fără prea mari probleme de orice persoană (în măsura în care posedă o serie de cunoștințe explicite minime din

¹ Gilbert Ryle, *The Concept of Mind*, Hutchinson House, London, 1949, pp. 27-32.

² Mircea Flonta, *Cognitio. O introducere critică în problema cunoașterii*, Editura ALL, București, 1994, p. 21.

³ John Searle insistă asupra distincției dintre reguli, *pe de o parte*, și capacități și dispoziții, *pe de altă parte*, în *Realitatea ca proiect social*, Editura Polirom, Iași, 2000, pp. 108-122.

același domeniu). Prin urmare, (g) nu reprezintă o explicitare a lui „a cânta la pian”, ci asertează faptul că celebrul pianist este capabil să interpreteze cu o măiestrie desăvârșită *Sonata lunii* a lui Beethoven. Dacă pianistul ar încerca să expliceze „a ști să cânti la pian” ar reuși, într-o oarecare măsură, să se achite de această sarcină, dar nu ar putea niciodată să expliceze îndeajuns arta sa interpretativă în substanța și articulațiile sale cele mai intime.

Tocmai pentru faptul că o astfel de cunoaștere se sustrage verbalizării, posibilitatea analizei sale în sânul dezbaterilor filosofice este cvasi-inexistentă; aceasta este principala rațiune pentru care atunci când, pe parcursul cursului nostru, ne vom referi la *cunoaștere* vom avea în atenție *cunoașterea explicită*, *cunoașterea propozițională*, cunoașterea cuprinsă în aserțiunile sau în actele noastre de comunicare. Marea majoritate a teoriilor epistemologice constituie teorii ale *cunoașterii propoziționale*. „Cunoașterea propozițională este cunoașterea ale cărei rezultate sunt etichetate cu ajutorul unei sintagme ce exprimă o judecată. De exemplu, o sintagmă de forma „că *p*” stă pentru o propoziție declarativă completă”⁴. Totuși, nu este suficient să susținem „că *p*” pentru a fi în posesia unei cunoștințe. Ori de câte ori spunem că lucrurile stau într-un fel sau altul, exprimăm o atitudine propozițională care, de cele mai multe ori, reprezintă doar o simplă opinie.

Opiniile noastre pot fi profund iraționale și lipsite de orice temei sau pot avea un fundament rațional. În funcție de valoarea lor de adevăr și în funcție de temeiurile pe baza cărora noi le aserțăm, opiniile noastre pot fi doar simple păreri, pot fi convingeri puternice sau cunoștințe autentice. Înainte însă de a încerca să lămurim diferențele dintre opinia rațională și cea irațională, dintre opinie, convingere și cunoaștere, va trebui să dăm un răspuns la o întrebare mai fundamentală: *Ce este o opinie?* Doar în măsura în care vom ajunge în posesia unui răspuns clar la această întrebare, vom putea merge mai departe cu investigația noastră pentru a stabili ce condiții trebuie să îndeplinească o simplă opinie pentru a fi socotită drept cunoaștere.

(C) Teorii asupra naturii opiniei. Am arătat mai sus că a poseda o cunoștință este un fapt intrinsec legat de un altul, acela de a fi în posesia unui anumit tip de opinie sau convingere. Prin urmare, explicitarea ideii de cunoaștere presupune, în mod implicit, explicitarea prealabilă a naturii opiniei. De-a lungul timpului, au existat mai multe teorii cu privire la această problemă. În *Menon* (85 c, d, e), Platon făcea distincție între *opinie*, *opinie adevărată* și *știință*⁵. De asemenea, în finalul dialogului *Theaitetos* (206-209), Platon, fiind de astă dată mult mai explicit, face aceleași distincții, insistând asupra deosebirii dintre simpla *opinie* și *opinia corectă*⁶. A avea o opinie despre un lucru înseamnă a-ți reprezenta acel lucru într-un fel sau altul. Opinia adevărată este cea care reprezintă lucrul așa cum este. Așadar, *pe de-o parte*, o opinie vizează ceva, deci are un *caracter intențional*; *pe de altă parte*, reprezintă ceva, deci are un *caracter reprezentational*. În absența opiniilor adevărate, ar fi imposibil să ajungem la cunoaștere.

⁴ Robert K. Shope, „Cunoaștere propozițională”, în Jonathan Dancy, Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, Vol. I, Editura Trei, București, 1999, p. 210.

⁵ Platon, „Menon”, în *Opere II*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1976, p. 393.

⁶ *Idem*, „Theaitetos”, în *Opere VI*, Editura Științifică și Enciclopedică, București 1989, pp. 266-272.

Intuițiile lui Platon se regăsesc și la filosofi contemporani. Astfel, Moser, Mulder și Trout cred că o opinie este *o atitudine propozițională cu privire la anumite stări de lucruri*. În virtutea faptului că o opinie este „despre ceva” (*aboutness*), ea are un *caracter intențional* și are *înțeles*⁷. Prin urmare, spre deosebire de alte stări mentale (experiența auditivă, de pildă), opiniile au un conținut propozițional, vizează o stare de lucruri (au un caracter intențional) și reprezintă corect sau incorect o stare de lucruri (au un caracter reprezentational). Toate teoriile care insistă asupra capacității opiniilor de a reprezenta o stare de lucruri pot fi numite teorii reprezentationaliste asupra opiniei. În același timp, o opinie poate viza nu doar o stare de lucruri actuală, ci și o stare de lucruri posibilă, evenimente sau stări de lucruri logic posibile sau viitoare.

Există teorii care susțin că obiectul unei opinii nu este un lucru sau o stare de lucruri, ci o *judecată*. Așa cum remarca John Heil, opiniile ar fi atitudini propoziționale ce cuprind (a) conținuturi propoziționale cuplate cu (b) atitudini față de aceste conținuturi. În acest context, obiectele opiniei ar fi *judecățile*⁸; orice opinie ar fi de forma „X crede că *p*”. Evident, atitudinea propozițională de această formă este o atitudine față de *p*, și nu față de starea de lucruri la care ne referim prin *p*. În acest context, opiniile ar fi stări propoziționale interne ale minții noastre, care, organizându-se în rețele de opinii, ar constitui un limbaj al gândirii și, implicit, ar duce la apariția unor veritabile hărți cognitive⁹.

Ideea fundamentală a acestor tipuri de teorii ar fi aceea că o opinie este un eveniment mintal voluntar ce vizează sau o anumită *stare de lucruri reală* (pe care încearcă să o reprezinte), sau o anumită *stare de lucruri posibilă* (pe care încearcă să o imagineze), sau o *judecată*. Această viziune cognitivist-mentalistă asupra opiniei a suscitât o serie de critici și replici. Mircea Flonta a identificat două posibile neajunsuri ale acestei teorii: *în primul rând*, dacă opiniile noastre ar fi, la modul fundamental, acte mintale voluntare, ar rezulta că noi nu mai putem avea anumite opinii atunci când dormim sau când ne îndreptăm atenția asupra altor stări de lucruri. *În al doilea rând*, fiind acte mintale, opiniile ar avea un caracter absolut privat și, în lipsa unei exprimări a acestora, nu am putea bănuî ce opinii împărtășește o persoană sau alta¹⁰. În această situație, formularea unei propoziții de genul „X crede că *p*” ar fi lipsită de fundament.

Au existat și abordări teoretice ce înțeleg opiniile drept *reguli de comportament*. Charles Peirce, punând semnul egalității între statornicirea unei opinii și fixarea unei convingeri, era convins de faptul că „convingerile ne călăuzesc dorințele și ne modelează acțiunile”¹¹. A avea o anumită opinie nu este doar un simplu eveniment mintal care se produce la un moment dat și apoi poate să înceteze. A avea o opinie este un fapt cu urmări mult mai profunde: înseamnă statornicirea unei deprinderi care va

⁷ Paul K. Moser, Dwayne H. Mulder, J. D. Trout, *The Theory of Knowledge. A Thematic Introduction*, Oxford University Press, New York, Oxford, 1998, p. 42.

⁸ John Heil, „Opinie”, în Jonathan Dancy, Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofie cunoașterii*, Vol. II, Editura Trei, București, 1999, p. 153.

⁹ Jerry Fodor, „The Structure of Internal Code: Some Linguistic Evidence” și „The Structure of Internal Code: Some Psychological Evidence”, în *The Language of Thought*, Massachusetts Institute of Technology, New York, 1975, pp. 99-196.

¹⁰ Mircea Flonta, *Op. cit.*, p. 31.

¹¹ Ch. S. Peirce, „Fixarea convingerii”, în Andrei Marga (ed.), *Filosofia americană*, Vol. I, *Filosofia americană clasică*, Editura ALL, București, 2000, p. 89.

determina și modela acțiunile în diverse situații concrete. Totuși, nu există o legătură imediată și directă între *a avea o opinie* și *a acționa în funcție de acea opinie*. Din perspectiva apărută de Peirce, „convingerea nu ne face să acționăm numaidecât, dar ne pune într-o asemenea situație încât ne vom comporta într-un anumit fel atunci când se ivește ocazia. Îndoiala (starea care precede fixarea unei convingeri – n.n.) nu are deloc un astfel de efect, dar ne stimulează la acțiune până la îndepărtarea ei”¹². Este evident că, în această situație, a avea o opinie devine echivalent cu a avea o anumită deprindere de acțiune. Peirce chiar insistă să ne convingă că avem cele mai puternice rațiuni pentru a crede că „convingerea este de natura unei deprinderi”¹³. A avea o anumită convingere, care poate fi adevărată sau falsă, întemeiată sau mai puțin întemeiată, semnifică pentru filosoful american mai puțin un pas către dobândirea unor cunoștințe certe, cât unul către fixarea unor deprinderi de acțiune. Dar asupra modalităților concrete în care a gândit Peirce procesul de fixare a opiniilor și de statornicire a deprinderilor vom insista în subcapitolul 1.4.

Pe linia de gândire a lui Peirce, F. P. Ramsey va considera că o opinie nu este altceva decât „o hartă a spațiilor înconjurătoare după care ne orientăm”¹⁴. O opinie este importantă pentru că modelează comportamentul într-un anumit fel, și nu pentru că ar putea fi un pas preliminar pentru dobândirea anumitor adevăruri. Mircea Flonta crede că suntem îndreptățiți să numim astfel de teorii asupra opiniei, *teorii de tip behaviorist*. Unul dintre avantajele certe ale unui asemenea gen de teorie este acela că transformă înțelegerea opiniei dintr-un eveniment mintal privat, într-un act public. Posesia unei opinii nu mai este echivalată cu producerea unui eveniment ocult în mintea cuiva, la care doar acel cineva are acces, ci este gândită drept o chestiune de ordin public, la care poate avea acces, în principiu, oricine. „Acest punct de vedere este atrăgător deoarece ne îngăduie să eliminăm referirea la entități misterioase, greu de determinat și ne deschide perspectiva de a putea stabili în mod obiectiv opiniile oamenilor prin examinarea tuturor aspectelor comportării lor”¹⁵.

În plus, o înțelegere dispozițională a opiniilor ne oferă și o explicație asupra conservării opiniilor noastre, chiar și în momentul în care mintea noastră are alte conținuturi. Fiind doar dispoziții de acțiune, ele pot sau nu să fie actualizate. Faptul că opinia (b) „*Știu să conduc mașina*” este una dintre propriile mele credințe poate fi sesizat de către toți cunoscuții mei prin aceea că posed deprinderile necesare pentru a-mi conduce autoturismul. Unul dintre inconvenientele teoriei behavioriste asupra opiniei este acela că nu toate dispozițiile presupun existența unor opinii; nu orice dispoziție trădează faptul că eu accept drept reguli de acțiune anumite judecăți despre fapte sau propoziții. Există dispoziții înnăscute care nu au nimic de-a face cu acceptarea voluntară a unei judecăți drept regulă de acțiune. De pildă, dispoziția de a vorbi sau de a merge în două picioare nu este rezultatul adoptării drept reguli de acțiune a unor aserțiuni de genul „de mâine voi începe să mă exprim prin intermediul cuvintelor” sau

¹² *Ibidem*, p. 90.

¹³ *Ibidem*, p. 92.

¹⁴ F. P. Ramsey, *Foundations. Essays in Philosophy, Logic, Mathematics and Economics*, ed. D. H. Mellor, London, Routledge and Kegan Paul, 1978, p. 134.

¹⁵ Mircea Flonta, *Op. cit.*, p. 31.

„de mâine voi renunța la mersul în patru labe”. Pe de altă parte, opiniile noastre cu privire la entitățile matematice, la primele minute ale istoriei fizice a universului sau la înțelesul conceptelor filosofice pot conduce rareori, în viața de zi cu zi, la apariția unor dispoziții de acțiune sau la acțiuni derivate din aceste așa-zise dispoziții. În ciuda unor asemenea neajunsuri, teoriile de tip behaviorist asupra opiniei ar trebui preferate în dauna celor de tip mentalist fie pentru simplul fapt că nu mai fac apel în explicații la evenimente mentale oculte, la entități misterioase, la fapte private, și pentru faptul că asumptiile ontologice ale acestor teorii sunt mai modeste. Dacă am îmbrățișa o teorie de tip mentalist asupra opiniei și am fi în situația să examinăm opinia lui X

(1) *Cred că îmi aduc aminte că p*

nu vom avea rațiuni suficiente pentru a decide dacă X are realmente acces privilegiat la *p* (ca parte a memoriei sale) sau doar dacă X crede că are acces la *p*. Dimpotrivă, dacă vom îmbrățișa o teorie de tip behaviorist asupra opiniei, ne putem convinge dacă X posedă realmente opinia (1) prin sesizarea măsurii în care X și-a modelat comportamentul în anumite situații în funcție de (1).

(D) Opinii raționale și opinii iraționale. Să analizăm următoarea situație, inspirată de un exemplu propus de Adam Morton: George are o primă întâlnire cu o fată, Ioana, pe care el încearcă să o cucerească. Ioana este cam de aceeași vârstă cu el și este blondă. George merge la întâlnire, așteaptă îndelung, dar Ioana nu vine. A preferat să rămână acasă și să citească lucrarea lui Kant, *Critica rațiunii pure*. Sătul să mai aștepte, George se enervează și spune:

(2) *Toate fetele blonde sunt dracul în persoană*

și se jură că nu va mai avea încredere niciodată într-o fată blondă. El spune aceste lucruri în ciuda faptului că mama sa și sora sa sunt blonde și că acestea l-au tratat totdeauna cu o deosebită grijă și dragoste. În acest context, credința lui George conform căreia „toate fetele blonde sunt dracul în persoană” este o *opinie irațională*¹⁶. În contextul în care X are opinia „că *p*”, iar X nu are nici un temei pentru a susține *p* și, în plus, tot ceea ce știe X vine în contradicție cu *p*, putem spune „că *p*” este o *opinie irațională*. Opiniile iraționale sunt mai des îmbrățișate decât s-ar crede: toate superstițiile noastre, toate opiniile formate în urma unei așa-zise intuiții sunt iraționale. Aserțiuni de genul „pisicile negre izgonesc norocul”, „toți oamenii în vârstă sunt înțelepți”, „există un guvern mondial care controlează tot ceea ce se întâmplă în lume” sau „toate persoanele obeze sunt egoiste” sunt alte exemple de opinii iraționale.

Să considerăm acum o altă situație: Maria are un tată alcoolic, ce nu a fost interesat niciodată de familie și, implicit, nici de situația ei școlară sau de sănătatea ei. În plus, are și un frate, mare amator de jocuri de noroc care, ocazional, consumă și vinde droguri. Aceștia nu i-au arătat niciodată vreun gen de considerație sau de afecțiune. Cu excepția medicului personal și a unui profesor de literatură de la școală, toți bărbații care au jucat un rol cât de mic în viața ei pot fi caracterizați ca fiind „oameni răi”. În aceste condiții, opinia ei conform căreia

(3) *Există mulți bărbați răi, dar specia celor decenți nu este pe cale de dispariție*

¹⁶ Adam Morton, *A Guide Through the Theory of Knowledge*, Blackwell Publishers, Massachusetts, 1997, pp. 4-5.

pare a nu fi una irațională. Dimpotrivă, Maria pare a avea temeiuri suficiente pentru a susține o astfel de opinie. O opinie fundamentată pe anumite temeiuri poate fi numită *opinie rațională*. Prin urmare, în contextul în care X are opinia „că p ”, iar X are temeiuri pentru a susține p , putem spune că opinia lui X „că p ” este o *opinie rațională*. Opiniile raționale sunt toate acelea în legătură cu care deținem anumite temeiuri sau motive pentru a le susține. Temeiurile invocate trebuie să fie de așa natură încât din ele să poată fi deduse sau inferate logic sau rațional opiniile pe noi le susținem. În situația amintită, Maria avea suficiente temeiuri pentru a susține opinia că există bărbați răi, dar era conștientă că aceste temeiuri nu erau suficiente pentru a spune că toți bărbații sunt răi, indecenți, alcoolici sau consumatori de droguri.

Opiniile (a), (b), (c) și (e) amintite în (1) sunt opinii raționale, care au și temeiuri suficiente pentru a fi susținute. Opinia (d) are un temei, dar care nu este nici necesar, nici suficient. Un temei este necesar pentru a susține opinia „că p ” dacă reprezintă o condiție *sine qua non* în absența căreia nu poate fi asertat „că p ”, dar care, singură, nu reușește să-i ofere acesteia un temei rațional. Un temei suficient pentru a susține opinia „că p ” este cel care poate să-i ofere lui p un temei cu adevărat rațional. De pildă, este absolut necesar să ai anumite cunoștințe de chimie pentru a te pronunța asupra numărului de electroni pe care îl posedă atomul de kripton, dar nu înseamnă că aceste cunoștințe trebuie să fie absolut suficiente pentru a indica numărul lor exact. Doar o bună cunoaștere a structurii atomului de kripton, iar nu o serie de cunoștințe vagi despre atomi și structura lor internă, îți poate permite să spui că acesta posedă treizeci și șase de electroni în învelișul electronic. De aici rezultă că opiniile noastre pot fi considerate cunoștințe autentice doar în momentul în care avem un temei pentru a le susține și temeiul invocat este unul suficient. Dar, așa cum vom constata în cele ce urmează, doar respectarea acestei condiții nu poate transforma o opinie în cunoaștere.

Ca ideal subiectiv în cunoaștere, ar trebui să tindem către situația în care putem avea doar opinii raționale, adică doar opinii pentru care am deține un temei suficient. Lucrul acesta rămâne însă doar un ideal și acesta tocmai pentru că oamenii, în ciuda posibilităților lor de a raționa, rămân ființe pasionale, ce își susțin multe dintre opinii în virtutea unor impulsuri de moment, în virtutea unor tradiții moștenite necritic, prin imitarea unor persoane ce se bucură de notorietate într-un grup sau în sânul societății sau în virtutea unor impulsuri inconștiente.

Dar și atunci când suntem dispuși și ne străduim să construim temeiuri suficiente în sprijinul propriilor opinii, suntem limitați în a găsi temeiuri absolut obiective de stadiul în care a ajuns cunoașterea într-un domeniu sau altul, de imposibilitatea accesării unor informații existente deja datorită unor motive obiective, dar și de capacitatea limitată a minții noastre de a lua în calcul foarte multe variabile atunci când procesează informația, când produce judecăți. Prin urmare, ideea de temei trebuie înțeleasă în sens de „ceea ce este luat drept temei” sau „ceea ce este socotit la un moment dat drept temei”. Sub imperiul acelorși limitări subiective va trebui să înțelegem și adevărul opiniilor: majoritatea opiniilor lui X nu sunt adevărate la modul obiectiv, la modul absolut, ci sunt adevărate în sensul că „trec drept adevărate” sau „sunt evaluate la un moment dat drept adevărate”.

Astfel, putem justifica situațiile în care opiniile unor eminente oameni de știință sau filosofi, formulate în principii, legi sau teorii, s-au dovedit fie false, fie acceptate pe baza unor temeiuri insuficiente¹⁷. În ciuda acestor limite cu care ne confruntăm ori de câte ori ne propunem să identificăm temeiuri raționale pentru opiniile noastre, există activități în care preocuparea pentru fixarea opiniilor raționale este, într-o măsură mai mare decât în viața de zi cu zi, un scop explicit și urmărit în mod prioritar. Cea mai cunoscută activitate în care oamenii încearcă în mod sistematic, programatic, printr-un control inter-subiectiv riguros, să aibă doar opinii raționale este activitatea științifică. Dar și aici sunt dese cazurile în care anumite opinii sunt susținute într-o manieră irațională sau în virtutea unor temeiuri care, în ultimă instanță, se dovedesc a fi insuficiente.

(E) Modalități de fixare a opiniilor. Examinând modalitățile prin care oamenii ajung să-și statorească opiniile, Charles S. Peirce a identificat patru căi distincte de fixare a acestora. Unii oameni au anumite opinii pentru că așa au apucat, așa le-au spus cunoscuții, alții pentru că au fost siliți să creadă că lucrurile stau așa-și-așa, alții pentru că așa au fost înclinați să creadă sau pentru că au făcut anumite investigații și experimente. Această trecere în revistă a unora dintre modalitățile în care oamenii ajung în posesia opiniilor lor credem că este de natură a ne determina să conștientizăm faptul că puține dintre opiniile pe care le susținem, uneori chiar cu convingere și fervoare, sunt statornicite prin mecanisme raționale, pe baza unor temeiuri epistemic suficiente (chiar prin prisma standardelor de întemeiere admise la un moment dat).

După Peirce, *prima metodă* de fixare a opiniilor este cea a *tenacității*. De multe ori, fără a avea vreun temei anume, oamenii se agață cu disperare de anumite opinii și, în ciuda, evidențelor, nu mai renunță niciodată la ele. „Și mai des, însă, aversiunea instinctivă față de o stare de spirit nedefinită, aversiune exacerbată până la o groază vagă în fața îndoielii, îi face pe oameni să se agațe spasmodic de punctele de vedere pe care le-au adoptat deja. Omul simte că dacă rămâne atașat fără șovăială de convingerea sa totul va fi bine. Și nu se poate nega că o convingere fermă și de neclintit produce o adâncă pace sufletească”¹⁸. Altfel spus, din motive ce țin de comoditatea intelectuală și de confortul psihic, unii oameni trăiesc ținând sistematic la distanță orice factor care ar putea produce o minimă schimbare a setului de opinii pe care au apucat, din diverse motive, să-l îmbrățișeze. Lor li s-ar putea reproșa faptul că metoda de fixare a convingerii pe care au îmbrățișat-o este una irațională, dar ei vor replica spunând că rațiunea umană este o facultate slabă și cu performanțe absolut iluzorii.

Totuși, cel ce și-a statornicit opiniile printr-o astfel de strategie va ajunge în situația de a se confrunța cu ostilitatea celorlalți, deoarece, la un moment dat, va constata că opiniile sale sunt rareori împărtășite de către cei din jurul său. Peirce crede că un pas deosebit de important pe calea căutării unor metode raționale de întemeiere a opiniilor noastre constă tocmai în sesizarea faptului că gândul, opinia și sentimentul

¹⁷ Pentru a oferi doar un exemplu, amintim aici cazul lui Descartes care a susținut cu convingere faptul că principiul conservării mișcării ar fi de forma „cantitatea de mișcare existentă în univers rămâne constantă”; ulterior, Leibniz a demonstrat că acest principiu, acceptat mai degrabă din rațiuni metafizice, este incorect; filosoful german a demonstrat că nu *cantitatea de mișcare* este mărimea ce se conservă, ci *momentul mișcării*.

altui om pot fi echivalente cu ale noastre. În momentul în care sesizăm că nu avem un temei de o natură specială în a ne susține propriile opinii în raport cu temeiurile pe care le pun la baza opiniilor lor cei din jurul nostru, începem să înțelegem că opiniile noastre nu sunt cu nimic mai presus decât ale altuia și că, în anumite circumstanțe, am avea temeiuri mai bune pentru a ne revizui opiniile, decât pentru a le menține.

A doua metodă de fixare a opiniei identificată de Peirce este *metoda autorității*. De pildă, opinia pe care destul de mulți cetățeni ai statelor din Estul Europei au îmbrățișat-o înainte de 1989, conform căreia

(4) *Comunismul este etapa finală de evoluție a societății umane, etapă la care ajungem în mod necesar, în virtutea legilor obiective ale istoriei,*

este o opinie care a fost fixată în virtutea presiunii propagandistice și a terorii pe care le-au exercitat autoritățile comuniste. Peirce face următoarele precizări în legătură cu această metodă: „Când acordul deplin nu se poate obține pe altă cale, masacrarea tuturor celor care nu gândesc într-un anume fel s-a dovedit un mijloc foarte eficace de statornicire a opiniei într-o țară (...) Această metodă a fost, din cele mai vechi timpuri, unul dintre mijloacele principale de menținere a doctrinelor teologice și politice considerate juste și de păstrare a caracterului lor universal sau catolic”¹⁹. Și în acest caz avem de-a face tot cu o metodă irațională de fixare a opiniei. Practic, într-o asemenea situație, nu contează dacă o opinie are sau nu vreun temei, contează cine o susține și câtă putere posedă acesta. În istorie, puterea celui ce a dorit să fixeze o anumită opinie a fost (și este) direct proporțională cu teroarea pe care o putea răspândi și, implicit, cu numărul celor ce au îmbrățișat acea opinie.

Astăzi, în multe situații, puterea se traduce în putere de influență prin publicitate sau prin mass-media, în general; numărul celor ce îmbrățișează un anumit set de opinii pozitive promovat de un trust TV despre, să zicem, folosirea semințelor modificate genetic în agricultură va fi direct proporțional cu rating-ul canalelor respectivului trust (aceasta în condițiile în care acceptăm teza că sursa principală de informare a omului contemporan o reprezintă emisiunile TV). Oricum, această metodă de statornicire a opiniilor, pe lângă faptul că rămâne, în esență, una de natură irațională, are și „limite” de un alt gen: nu există instituții care să posede mijloacele concrete necesare fixării opiniilor asupra tuturor aspectelor vieții. Din fericire, doar unele dintre opiniile noastre pot fi fixate astfel.

A treia metodă de fixare a opiniei, după Peirce, ar fi metoda *a priori*. Cu această metodă se face trecerea către metodele de tip rațional, acceptarea unei opinii nemaivând de-a face, în cazul acestora, cu capriciul personal sau cu puterea celor ce au inițiat opiniile. Esența acestei metode constă în faptul că opiniile nu mai sunt în nici un fel impuse, ci sunt statornicite și apărate în funcție de preferințele naturale ale oamenilor aflate, de multe ori, în armonie cu cauzele naturale ale lucrurilor. De pildă, spune Peirce, sistemele metafizice s-au coagulat dintotdeauna, într-o mai mică sau mai mare măsură, și în funcție de faptele observate. Totuși, maniera în care au fost valorificate aceste fapte ține de anumite moduri „plăcute rațiunii”. Altfel spus, suntem înclinați să

¹⁸ Ch. S. Peirce, *Op. cit.*, p. 92.

¹⁹ *Ibidem*, p. 94.

acceptăm nu atât opiniile care sunt în acord cu experiența, cât pe cele pentru care avem o anumită înclinație naturală de a le crede. „Platon, de exemplu, găsește că este plăcut pentru rațiune ca distanțele dintre sferele cerești să fie proporționale cu lungimile diferite ale coardelor care produc acordurile armonice (...) iar alt om ar putea găsi teoria [timpurie] a lui Kepler, după care sferele cerești sunt proporționale cu sferele înscrise și circumscrise ale diferitelor corpuri geometrice regulate, mai plăcută rațiunii *sale*”²⁰. Fără a duce în mod obligatoriu la fixarea unor opinii raționale, metoda a priori lasă un anume loc investigației și lasă suficient loc căutării unui temei pentru susținerile noastre. În cele din urmă, dacă ne lăsăm călăuziți de o astfel de metodă, vom îmbrățișa și susține acele opinii pe care suntem înclinați, prin natura noastră, să le adoptăm, opinii care sunt în concordanță cu imaginea pe care o avem despre noi înșine sau cu opinii anterioare, ce ocupă un loc central în rețeaua noastră de credințe. Totuși, în măsura în care ne-am pune problema identificării temeiului unei opinii fixate printr-o astfel de metodă, acesta ar fi, fără îndoială, subiectiv și lipsit de posibilitatea de a fi recunoscut ca atare în mod public. Altfel spus, nu ar fi un temei autentic, iar opinia acceptată pe baza sa ar fi cvasi-irațională. Așa cum am precizat și mai sus, o opinie rațională trebuie să posede un temei suficient (raportat la standardele de întemeiere ale epocii). Peirce este încredințat că un astfel de temei poate fi construit doar dacă metoda de fixare a opiniei este cea științifică.

Cea de-a patra metodă de fixare a opiniei este, pentru filosoful american, *metoda științei*. Principalele virtuți ale acestei metode derivă din faptul că opiniile sunt statornicite în funcție de ceea ce există realmente în realitate și din faptul că are un caracter eminent public. În practica științifică nu mai sunt statornicite acele opinii ce sunt „plăcute rațiunii” unuia sau altuia, în funcție de anumite criterii și „reguli private”, ci în funcție de lucrurile reale și regulile publice de punere în evidență a proprietăților acestora. „Ipoteza ei fundamentală, reformulată într-un limbaj mai familiar, este următoarea: Există lucruri reale ale căror proprietăți sunt cu totul independente de opiniile pe care le avem despre ele; aceste lucruri reale ne influențează simțurile potrivit unor legi statornice și, deși senzațiile noastre sunt la fel de diferite ca și relațiile noastre cu obiectele, cu toate acestea, folosindu-ne de legile percepției, putem stabili prin raționament cum anume sunt lucrurile în realitate, astfel încât orice om, dacă are suficientă experiență și raționează îndeajuns asupra ei, va ajunge la singura concluzie adevărată”²¹. Filosoful american considera că metoda științifică este singura metodă de fixare a opiniilor ce le poate oferi acestora un temei suficient, unul care poate legitima raționalitatea opiniilor și aceasta tocmai pentru că poate face ca opiniile „să coincidă cu faptele”. Cu alte cuvinte, prin metoda științei, opiniile nu numai că pot fi întemeiate în conformitate cu cele mai înalte standarde ale epocii, dar se și poate stabili, în funcție de măsura în care „coincid” cu faptele, dacă sunt adevărate sau false. Dintre cele patru metode amintite până acum, doar metoda științei este în măsură să stabilească dacă o opinie este adevărată și, implicit, temeiul rațional pentru care ar trebui statornicită.

²⁰ *Ibidem*, p. 96.

²¹ *Ibidem*, p. 97.

Prin urmare, ceea ce trebuie subliniat este faptul că, în ordine epistemică, pentru ca o opinie să depășească spațiul privat al certitudinii (care, așa cum am văzut, poate fi de factură irațională) și să pătrundă în cel public (adică legitimitatea admiterii ei drept cunoaștere să poată fi, în principiu, cercetată de oricine), trebuie să aibă un temei suficient, în conformitate cu standardele acceptate, și, mai mult, trebuie să fie socotită adevărată în baza unor criterii publice (corespondența cu faptele, de pildă, ar putea fi indicată de anumiți filosofi drept un astfel de criteriu). Așadar, deoarece cunoașterea este rareori o afacere privată, cât, mai degrabă, una publică, trebuie să tindem spre validarea opiniilor noastre pe baza unor *criterii publice*. Altfel, ne putem lesne lăsa pradă propriilor fantezii și iluzii, ajungând să credem că știm ceva sau că suntem chiar atotcunoscători.

(F) Opinia adevărată reprezintă cunoaștere? Așa cum reieșea din concluzia subcapitolului anterior, opiniile prin care se pretinde că ni se oferă cunoștințe despre fapte sau stările reale de lucruri, pe lângă faptul că trebuie să aibă un temei suficient, trebuie să fie și adevărate. Spunem, de pildă, că (d) este *falsă* iar (a), într-un anume context, este *adevărată*. Care este fundamentul pe baza căruia folosim cele două predicate în legătură cu cele două opinii? În primul rând, ar trebui să precizăm că distincția dintre opiniile raționale și cele iraționale nu se suprapune cu distincția dintre opiniile adevărate și cele false. Pot exista opinii iraționale care să fie adevărate, așa cum pot exista opinii raționale care să se dovedească false²². De pildă, opinia „că unul dintre studenții din această sală va ajunge președintele României” este una irațională, deoarece nu am nici un temei suficient pentru a afirma acum acest lucru. Dar, în cele din urmă, ea s-ar putea dovedi adevărată. La fel, pot să am temeiuri suficiente pentru a afirma că sistemul solar mai are încă o planetă, nedescoperită încă, dar observațiile efectuate cu ajutorul unui nou telescop orbital foarte performant pot să demonstreze că opinia respectivă era falsă.

Mai mult, simplul fapt de a avea o opinie „că *p*” nu ne garantează că enunțul *p* este adevărat. William James Earle atrage atenția asupra faptului că „oamenii își imaginează că le este dată o garanție magică care leagă fără putință de tăgadă spusa lor «știu că *p*» (sau încrederea sinceră că ei știu că *p*) cu faptul că *p* este adevărat”²³. Nu orice opinie sau susținere este adevărată; pe de altă parte, orice opinie ce reprezintă cunoaștere trebuie să fie adevărată. Legătura dintre cunoaștere și adevăr funcționează, așadar, însă într-un cu totul alt sens: dacă se va dovedi că *p* este fals, atunci va deveni clar că nu știm „că *p*”. Prin urmare, opiniile noastre nu sunt în mod obligatoriu adevărate; multe dintre ele se pot dovedi susțineri false și, în consecință, sunt pseudo-cunoștințe. Pe de altă parte, adevărul unei opinii este o condiție necesară (nu și suficientă) pentru ca aceasta să fie cunoaștere. Rezultă că orice opinie ce aspiră la statutul de cunoștință trebuie să fie adevărată, dar faptul că este adevărată nu ne poate garanta că este cunoaștere. Prin urmare, crede William James Earle, principiile:

(I) Dacă *X* spune că știe că *p*, atunci *p* și

(II) Dacă *X* crede că *p*, atunci *p*

²² Adam Morton, *Op. cit.*, p. 6.

²³ William James Earle, *Op. cit.*, p. 30.

sunt principii false, iar îmbrățișarea lor duce mai degrabă către zădărnicierea oricărui efort de a atinge cunoașterea, decât către cunoaștere. Din simplul fapt că eu afirm că știu să conduc mașina nu rezultă că eu știu efectiv să conduc mașina.

În mod tradițional, predicatul „adevărat” era folosit pentru a indica faptul că există o corespondență, o concordanță între opinia „că *p*” și faptul vizat *p*. „Concordanța” sau „corespondența” era înțeleasă drept natură sau esență a adevărului. Această esență nu era gândită ca una de sorginte strict epistemică, ci mai degrabă ca un gen de caracteristică atemporală a propozițiilor. Mircea Flonta subliniază că „înțelegând adevărul în acest fel, vom spune că prin cunoaștere tindem să atingem adevărul. Cunoașterea va fi caracterizată drept căutare a adevărului”²⁴. Există și puncte de vedere mai modeste, precum cel apărut de Karl Popper, conform căruia nu putem urmări pur și simplu, în mod direct, adevărul în cunoaștere, deoarece adevărul nu este manifest, nu este direct sesizabil prin facultățile noastre cognitive. Sursele noastre de cunoaștere nu sunt infailibile. Ceea ce ne îngăduie logica cunoașterii este doar să detectăm și să eliminăm erorile. În acest context, celebrul filosof afirma: „Trebuie să admitem că astfel de surse ideale de cunoaștere nu există (...) și că *oricare* din «surse» ne poate conduce uneori la erori. Propun, așadar, să înlocuim întrebarea privind sursele cunoașterii noastre printr-o întrebare total diferită: «Cum putem spera să detectăm și să eliminăm eroarea?»”²⁵.

Prin urmare, în logica epistemologiei popperiene, idealul demersului nostru cognitiv ar trebui să fie, în primul rând, eliminarea erorilor și, indirect, apropierea de adevăr. Oricum am înțelege natura și scopurile practicilor cognitive, adevărul pare a avea un rol destul de important, dacă nu chiar unul central. Vom spune mai multe lucruri despre natura adevărului și rolul său în cunoaștere în capitolul dedicat acestei probleme.

Din cele menționate până aici, se poate desprinde ideea că orice cunoștință apare mai întâi ca o susținere a cuiva, ca o simplă opinie. Fără ca cineva să susțină „că *p*” nu putem vorbi de existența vreunei cunoștințe. Mai mult, am semnalat faptul că opiniile noastre pot fi raționale sau iraționale. Cele raționale au sau tind către un temei suficient (în conformitate cu standardele de întemeiere ale uni epoci) și am conchis că orice cunoștință autentică trebuie să posede un astfel de temei. În plus, am remarcat faptul că o opinie ce aspiră la rangul de cunoștință trebuie să fie adevărată. De aici rezultă două idei distincte. *Pe de-o parte*, am înțeles că pentru a caracteriza conceptul de *cunoaștere* avem nevoie de trei concepte distincte: *opinie*, *adevăr* și *întemeiere*. Altfel spus, o analiză a conceptului *cunoașterii* nu se poate face decât cu ajutorul celor trei concepte – *opinia*, *adevărul* și *întemeierea*. *Pe de altă parte*, am pus implicit întrebarea „Care sunt condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere?” și, tot implicit, am indicat două dintre condițiile necesare: să existe un temei suficient și opinia să fie adevărată (condiția *temeiului* fiind înțeleasă în sensul de „ceea ce trece drept temei” și condiția *adevărului* fiind înțeleasă în sensul de „ceea ce este gândit drept adevăr”). În următoarele două subcapitole, vom încerca să stabilim câteva categorii de răspunsuri

²⁴ Mircea Flonta, *Op. cit.*, p. 32.

semnificative la această ultimă întrebare, apoi vom încerca să analizăm critic măsura în care aceste răspunsuri pot fi considerate consistente.

(G) Analiza tradițională a cunoașterii. Dacă ar fi să aruncăm o scurtă privire istorică asupra eforturilor filosofilor de a oferi un răspuns la întrebarea „*Care sunt condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere?*”, ar trebui să începem cu Platon, deoarece epistemologii consideră că în scrierile sale întâlnim, pentru prima dată, o preocupare direcționată către lămurirea problemei ridicată de această întrebare. În dialogul *Menon* (97 c), Platon, face o distincție clară între *cunoașterea autentică* și *opinia adevărată*: „Cel care deține știința izbutește întotdeauna, câtă vreme cel care are doar presupunerea corectă uneori izbutește, alteori nu”²⁶. Explicația acestui fapt se datorează împrejurării că cel care deține cunoaștere autentică are și temeiuri serioase care îi susțin opiniile, pe când cel care are o opinie adevărată, fără un temei suficient, se poate afla în posesia unei opinii întâmplător adevărate.

Intuiția platoniciană este deosebit de valoroasă; sunt multe situațiile în care susținem opinii adevărate, dar acestea nu sunt cunoștințe deoarece nu au un temei suficient. Așa cum vom constata mai departe, astfel de situații au generat enorme dificultăți teoretice în specificarea condițiilor necesare și suficiente pe care trebuie să le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere. În secolul trecut, Bertrand Russell a fixat magistral această intuiție cu ajutorul unui exemplu, devenit ulterior paradigmatic. Să presupunem că X are un ceas, că acel ceas s-a oprit ieri la ora 6 p.m. și că X nu a aflat până astăzi acest lucru. Astăzi la ora 6 p.m. cineva îl întrebă cât este ceasul, iar el va răspunde că este 6. Opinia sa este adevărată, dar este una întâmplător adevărată, datorându-se unei coincidențe fericite. În fapt, X nu are un temei suficient pentru a spune cât este ora deoarece ceasul său este stricat. Prin urmare, o opinie adevărată poate fi acceptată drept cunoaștere autentică doar în condițiile în care este întemeiată. Așadar, Platon sesizează cu mult timp înaintea lui Russell faptul că putem susține o opinie adevărată, fără ca aceasta să reprezinte, în mod obligatoriu, cunoaștere.

În *Theaitetos* (201 c, d), dezbateră cu privire la natura cunoașterii este reluată. În discuția sa cu Theaitetos, Socrate spune că în condițiile în care opinia adevărată și cunoașterea ar coincide, nici cel mai iscusit judecător nu ar putea formula opinii corecte fără cunoaștere; prin urmare, trebuie să se recunoască faptul că fiecare dintre ele reprezintă altceva. Replica lui Theaitetos a fost aceea că, într-adevăr, din cele auzite de el, ar exista o deosebire fundamentală între cele două: cunoașterea ar fi nu numai o opinie adevărată, ci opinie adevărată însoțită de *rațiune* sau *înțeleș*, de *temei* am spune noi (*λόγος*, în textul original)²⁷. Aceeași distincție este susținută și într-un alt dialog platonician, *Timaios* (51 d). „Dacă rațiunea și opinia adevărată sunt două genuri diferite, atunci cu siguranță aceste realități, forme pe care noi nu le percepem, ci doar le gândim, există în ele însele; în schimb, dacă, așa cum cred unii, opinia adevărată nu se deosebește cu nimic de rațiune, atunci toate lucrurile pe care le percepem prin

²⁵ Karl R. Popper, „Despre sursele cunoașterii și ale ignoranței”, în vol. *Conjecturi și infirmări*, Editura Trei, București, 2001, p. 39.

²⁶ Platon, „Menon”, în *Opere II*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1976, p. 410.

²⁷ *Idem*, „Theaitetos”, în *Opere VI*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1976, p. 260.

mijlocirea trupului trebuie considerate cele mai sigure realități”²⁸. Așadar, lucrurile sensibile trebuie să aibă un temei suprasensibil, iar opiniile despre lucrurile sensibile trebuie să se întemeieze pe cele privind formele suprasensibile. Opinii adevărate pot avea mulți oameni, dar rațiunea (sau temeiul) lor le este cunoscută doar celor ce caută adevărata natură a lucrurilor.

Investigațiile asupra condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere vor fi reluate în sânul dezbaterilor epistemologice contemporane inițiate de către filosofii de orientare analitică. Russell și Ayer au fost printre primii filosofi ai secolului XX interesați să pună în evidență diferențele care există între simpla opinie și cunoaștere. Russell va insista asupra diferenței radicale pe care o putem sesiza între simpla *convingere* și *cunoaștere*. Astfel, filosoful britanic va sublinia că nu este suficient ca cineva să aibă o anumită opinie pentru a această să poată fi considerată cunoaștere. „Este neîndoiește că unele dintre convingerile noastre sunt eronate; suntem astfel nevoiți să ne întrebăm ce certitudine putem avea că o anumite convingere nu este eronată. Cu alte cuvinte, putem vreodată *cunoaște* ceva sau pur și simplu câteodată avem norocul să credem ceea ce este adevărat?”²⁹ Există situații în care, în mod cu totul întâmplător, susținem o opinie adevărată. La exemplul oferit mai sus, atunci când sesizam această idee și în filosofia lui Platon, adăugăm un altul, oferit tot de Russell, tocmai pentru a sublinia încă o dată deosebirea radicală existentă între o opinie adevărată și cunoaștere. „Dacă un om crede că numele fostului prim-ministru începea cu B, el crede ceva adevărat, deoarece fostul prim ministru este Sir Henry Campbell Bannerman. Însă, chiar dacă el crede că dl. Balfour este fostul prim-ministru, el tot va crede că numele fostului prim-ministru începe cu B, și totuși această convingere, deși adevărată, nu ar fi considerată cunoaștere”³⁰. Russell va trage concluzia că, în condițiile în care susținem că o opinie este adevărată, dar ajungem la ea fie pornind de la o opinie falsă, fie printr-un raționament nevalid, respectiva opinie nu poate fi socotită cunoaștere.

În exemplul de mai sus, opinia adevărată „că numele fostului prim-ministru începea cu B” era dedusă din opinia falsă conform căreia „dl. Balfour este fostul prim-ministru”. Prin urmare, necunoașterea cu privire la numele adevărat al primului ministru nu putea să genereze o opinie care să fie cunoaștere cu privire la inițiala numelui acestuia. Totuși, dacă opinia „că numele fostului prim-ministru începe cu B” este adevărată, acest fapt nu poate fi decât rodul unei coincidențe fericite. Altfel spus, opinia, „că numele fostului prim-ministru începe cu B” nu este una întemeiată, nu are rațiuni suficiente, iar faptul că este adevărată nu ar trebui să ne facă să credem că ea ar reprezenta cunoaștere. Pentru a putea fi preîntâmpinate astfel de situații, Russell sugerează că atunci când emitem pretenția că opiniile noastre adevărate sunt cunoștințe, trebuie să ne asigurăm că premisele pe baza cărora admitem acele opinii nu sunt numai *adevărate*, ci, la rândul lor, trebuie să fie *cunoscute*. Putem realiza deducții valide plecând de la o anumită premisă adevărată, însă vom ajunge la cunoștințe doar atunci când premisele adevărate sunt, la rândul lor, cunoștințe. Dacă pentru o deducție, în sens

²⁸ *Idem*, „Timaios”, în *Opere VII*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1993, p. 167.

²⁹ Bertrand Russell, *Problemele filosofiei*, Editura All, București, 1998, p. 86.

logic, ar fi suficient să plecăm de la premise adevărate și să judecăm corect pentru a ajunge la o concluzie adevărată, în sens epistemic nu mai este suficient să plecăm de la premise adevărate pentru a ajunge la cunoaștere. Dacă premisele sunt întâmplător adevărate, ele nu sunt cunoștințe; în aceste condiții, nici concluzia nu poate fi cunoaștere.

Or, așa cum am mai subliniat, este absurd să credem că putem ajunge la cunoaștere pornind de la non-cunoaștere. Prin urmare, temeiul, în sens epistemic, trebuie să fie alcătuit din opinii cunoscute, iar nu din simple opinii adevărate. Sintetizând, putem afirma că, pentru Bertrand Russell, o opinie p reprezintă cunoaștere dacă satisface următoarele condiții:

- (i) p este adevărată;
- (ii) p este dedusă din premise adevărate;
- (iii) premisele din care este dedusă p nu sunt considerate adevărate datorită unor coincidențe fericite.

Primele două condiții sunt neproblematic; doar condiția (iii) ar putea ridica probleme datorită faptului că expresia „a nu fi adevărat datorită unor coincidențe fericite” are același înțeles cu „a fi cunoscut”. În aceste condiții, semnificația lui „cunosc că p ” s-ar baza pe semnificația expresiei „premise cunoscute” și astfel s-ar ajunge la o circularitate. Russell vede ieșirea din această situație în faptul că „a fi cunoscut” în cazul premiselor poate avea altă semnificație decât „a fi cunoscut” folosit în cazul lui p ; „a cunoaște” în primul caz poate să semnifice „a fi cunoscut nemijlocit” sau „a fi cunoscut prin intuiție”, pe când „a cunoaște” în al doilea caz semnifică „a fi cunoscut în mod derivat”. Premisele pot fi cunoscute nemijlocit, în urma unei experiențe directe, pe când concluzia este cunoscută mijlocit, fiind derivată din premise. Vom preciza mai detaliat natura cunoașterii nemijlocite atunci când vom trece în revistă genurile posibile de cunoștințe.

În aceeași logică a abordării problemei, A. J. Ayer, în *The Problem of Knowledge* (1956), își exprimă convingerea în legătură cu faptul că o opinie p formulată de un subiect X reprezintă cunoaștere doar dacă satisface următoarele condiții necesare și, crede filosoful, suficiente, într-un context dat:

- (i) p este adevărată;
- (ii) X este sigur că p este adevărată;
- (iii) X este îndreptățit să susțină că p este adevărată³¹.

Condiția (i) este neproblematică; condițiile (ii) și (iii) precizează faptul că, *pe de o parte*, cel ce susține că p reprezintă cunoaștere trebuie să fie convins de adevărul lui p și că, *pe de altă parte*, trebuie să posede temeiuri suficiente pentru a crede că p este adevărată. Totuși, precizează filosoful britanic, o încercare de a explica foarte exact ce înseamnă „ X este îndreptățit să susțină că p ” s-ar solda cu o greșeală de genul celei pe care o comit cei care, încercând să definească binele, ajung să încorporeze în această definiție actualele standarde ale binelui. Căci, așa cum am subliniat și noi mai sus, una este a spune „că p este întemeiată” și altceva înseamnă a spune că „ X este îndreptățit să

³⁰ *Ibidem*, p. 86.

³¹ A. J. Ayer, *The Problem of Knowledge*, Macmillan, London, 1956, p. 34.

susține că p "; prima formulare trimite la un proces de întemeiere obiectiv, la adevăratele rațiuni pe baza căruia am putea admite p , pe când cea de-a doua formulare trimite la un proces de întemeiere în conformitate cu anumite standarde acceptate.

În același capitolul 1 al lucrării *The Problem of Knowledge*, Ayer propune următorul exemplu³²: o persoană superstițioasă, care a trecut din neatenție pe sub o scară, ar putea fi convinsă că, în urma acestei acțiuni, va suferi o nenorocire și ar putea, în cele din urmă, să aibă dreptate. Dar nu ar fi corect să spunem că persoana în cauză știa că va avea loc un anumit eveniment cu consecințe nefavorabile pentru sine. Chiar dacă predicția pe care a formulat-o s-a adeverit, nu putem spune că persoana în cauză posedă cunoaștere înainte de a avea loc evenimentul respectiv. Practic, faptul că X a trecut din neatenție pe sub o scară nu poate fi un temei suficient pentru opinia sa „că va suferi o nenorocire”. Așadar, condițiile (ii) și (iii) vin să sublinieze necesitatea de a ne întemeia opinia adevărată pe un temei epistemic suficient ori de câte ori avem pretenția că opinia în cauză reprezintă cunoaștere. În ciuda formulărilor diferite, regăsim aproape aceleași condiții necesare și suficiente pe care trebuie să le satisfacă o opinie pentru a fi cunoaștere și în analizele întreprinse de Platon, și în cele întreprinse de Russell sau Ayer: *adevărul și întemeierea*.

După un deceniu de la data apariției lucrării lui Ayer, *The Problem of Knowledge*, R. M. Chisholm oferă o analiză a conceptului de cunoaștere destul de asemănătoare: la cele două condiții necesare stabilite de analizele precedente, mai adăugată și o a treia, *acceptarea*. În felul acesta, va ajunge să stabilească faptul că X cunoaște că p dacă și numai dacă:

- (i) X acceptă p ;
- (ii) X are temeiuri adecvate pentru a accepta p ;
- (iii) p este adevărată³³.

Care este semnificația noii condiții introdusă de Chisholm? Răspunsul ar fi acela că X acceptă p atunci când nici nu neagă p , nici nu se abține cu privire la p . Acest gen de atitudine epistemică presupune existența unor cunoștințe anterioare care îl îndreptățesc pe X să creadă că nu are nici un motiv să nege pe p sau să se abțină în privința sa. De pildă, dacă un enunț universal candidează la statutul de lege a termodinamicii și dacă X știe că enunțul poate fi socotit drept adevărat, iar acest fapt vine în concordanță cu tot ceea ce știe ca specialist în termodinamică, atunci X are bune temeiuri pentru a nu-l nega, dar și pentru a nu se abține. Rezultatul va fi acceptarea enunțului respectiv drept lege a termodinamicii. Chisholm caută să sublinieze faptul că orice opinie ce ajunge la statutul de cunoaștere trebuie, în virtutea adevărului și a temeiului său suficient, să fi fost preferată de cineva în dauna altor opinii. Dacă opinia „că p ” nu este preferată în dauna altora, nu va ajunge niciodată să fie integrată în rețeaua de credințe a unui subiect epistemic și, în consecință, nu va putea niciodată atinge statutul de cunoștință. Prin urmare, Chisholm crede că această condiție a acceptării

³² *Ibidem*, p. 29.

³³ R. M. Chisholm, *Theory of Knowledge*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1966; referința de față este făcută la ce-a de-a doua ediție, *Theory of Knowledge*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1977, p. 102.

trebuie satisfăcută în mod necesar de orice opinie ce candidează la statutul de cunoaștere.

Investigația filosofică tradițională a problemei condițiilor pe care ar trebui să le satisfacă o opinie pentru a fi cunoaștere s-a oprit mai des la două asemenea condiții: *adevărul* și *întemeierea*. Într-o altă variantă *p* este desemnată drept cunoaștere dacă îndeplinește trei condiții: *p* este o *opinie*, este *adevărată* și *întemeiată*. Unii filosofi, precum Chisholm, au văzut drept o a treia condiție „*acceptarea*” și au presupus că *p* este o opinie. Sperăm ca din cercetările noastre de până acum să fi rezultat motivele pentru care aceste condiții au fost gândite ca fiind necesare. Totuși, există și filosofi care contestă caracterul necesar al acestor condiții. De pildă, condiția întemeierii este contestată de Karl Popper pe motiv că, în principiu vorbind, opiniile noastre nu pot fi întemeiate. Dacă suntem convinși că putem întemeia o propoziție singulară în baza percepțiilor noastre cu privire la faptul la care se referă, atunci ne înșelăm deoarece nu putem întemeia o judecată, care este o entitate logică, pe o trăire sau o percepție, care este o entitate de ordin psihologic. Întemeierea presupune posibilitatea corelării propozițiilor, a unor entități de același gen, iar nu posibilitatea corelării entităților logice cu percepții sau trăiri subiective. Mai mult, dacă vom încerca să întemeiem un enunț universal pe enunțuri singulare, pe enunțuri cu privire la fapte, logic nu vom putea face acest lucru deoarece noi avea acces doar la un număr finit de fapte, pe când un enunț universal vizează, în principiu vorbind, o infinitate de fapte³⁴. Concluzia filosofului va fi aceea că, în principiu, aserțiunile noastre nu pot fi întemeiate, pe deplin asigurate, ci doar *coroborate*, adică acceptate temporar, până la proba contrarie.

Chiar dacă au existat filosofi ce au contestat condiția întemeierii, chiar dacă pot fi imaginate contraargumente cu privire la necesitatea condiției acceptării, nu au existat contestări semnificative ale necesității condiției adevărului (firește, există și unele excepții la care ne vom referi la sfârșitul capitolului 3); acesta dovedește faptul că mulți epistemologi au plecat în demersurile lor de la presupuziția existenței unei legături esențiale între adevăr și cunoaștere. Practic, pare evident că, în condițiile în care o opinie nu este gândită drept adevărată, nici nu se mai poate pune problema posibilității ca acea opinie să fie cunoaștere. Prin urmare, putem considera că principiul

(III) *X gândește că p este adevărată, deci p ar putea fi cunoaștere*
este unul adevărat, pe când principiul

(IV) *Chiar dacă X gândește că p este falsă, p reprezintă cunoaștere*
este unul fals. Dacă gândim că *p* este adevărată, există șanse să construim un temei suficient pentru *p* și să o acceptăm printre credințele noastre, dar dacă *p* este din start gândită drept falsă, ne apare ca absurdă încercarea de identifica un temei pentru *p* sau acceptarea lui *p* printre convingerile noastre cele mai puternice. Este drept, ulterior s-ar putea dovedi că *X* a crezut în mod eronat că *p* este falsă, această propoziție fiind, în fapt, adevărată. În această nouă situație, *Y*, în baza unor temeiuri suficiente, ar putea accepta *p* drept cunoaștere. Totuși, dacă se întâmplă să credem că avem bune temeiuri pentru a accepta o opinie, dar acea opinie este falsă, ar trebui să înțelegem că, în ciuda aparențelor, temeiul respectiv nu este unul suficient, epistemic vorbind.

Cu toate acestea, se poate întâmpla să avem temeiuri rezonabile pentru a susține o opinie despre care noi nu știm că este falsă. Dacă ea trece la un anumit moment drept adevărată, nu avem motive pentru a ne îndoii de temeiul său. Cu toate acestea, atunci când se va dovedi că era falsă, va deveni evident și faptul că temeiurile pe baza cărora am acceptat-o nu erau suficiente. De pildă, o bună perioadă de timp oamenii au acceptat drept adevărată și întemeiată opinia că „Stelele sunt fixate pe o sferă transparentă și imobilă”. Ulterior, când s-a stabilit că această opinie este falsă, a devenit evident și faptul că motivele ce au condus la acceptarea sa erau epistemic insuficiente.

În ciuda celor evidențiate până aici, cea mai importantă contestare a rezultatelor la care au ajuns analizele tradiționale ale cunoașterii nu vizează caracterul *necesar* al vreuneia dintre cele două sau trei condiții analizate și de noi mai sus, ci *suficiența* acestora luate împreună. Altfel spus, replica cea mai importantă la analizele tradiționale ale cunoașterii contestă tocmai faptul că cele trei condiții ar fi suficiente pentru a transforma o opinie în cunoaștere. Cel care a imaginat o serie de situații în care o opinie poate satisface cele trei condiții stabilite de analiza clasică a cunoașterii, fără a fi cunoaștere, a fost Edmund Gettier. Urmarea nu a fost aceea că cele trei condiții au fost explicit respinse, ci aceea că ele au fost suplimentate sau au fost însoțite de o serie de precizări teoretice suplimentare. Totuși, au existat epistemologi care, interpretând avertismentul lui Gettier drept o pledoarie îndreptată împotriva *justificaționismului*, au pledat pentru un concept *reliabilist* de cunoaștere, unul ce acordă prioritate procesele cognitive de încredere.

(I) Contraexemplele de tip Gettier. Într-un articol publicat în 1963, Edmund Gettier reușește să probeze, prin contraexemplele pe care le-a construit, că cele trei condiții stabilite în analiza tradițională a cunoașterii – *convingerea*, *adevărul*, *întemeierea* sau, în varianta lui Chisholm, *adevărul*, *întemeierea* și *acceptarea* – nu sunt suficiente. Altfel spus, filosoful va încerca să demonstreze că pot exista convingeri adevărate și întemeiate, dar care nu pot fi numite cunoștințe. Vom cita aici doar primul contraexemplu construit de Gettier:

(A) „Să presupunem că Smith și Jones participă la un concurs pentru o anumită slujbă și să mai presupunem că Smith are temeiuri serioase pentru a admite următoarea propoziție conjunctivă:

(d) Jones este cel care va primi slujba și Jones are zece monede în buzunar.

Temeiurile lui Smith pentru (d) ar putea fi faptul că președintele companiei l-a asigurat că Jones va fi în cele din urmă cel ales și că el, Smith, a numărat monedele din buzunarul lui Jones acum zece minute. Propoziția (d) implică:

(e) Cel care va primi slujba are zece monede în buzunar.

Să presupunem că Smith sesizează implicația de la (d) la (e), și acceptă (e) pe temeiul lui (d), pentru care el are temeiuri puternice. În acest caz, Smith posedă temeiuri pentru a crede că (e) este adevărată. Dar să ne imaginăm mai departe că, fără știința lui Smith, el însuși, și nu Jones, va primi slujba și, de asemenea, fără știința lui Smith, el însuși are zece monede în buzunar. Propoziția (e) este atunci adevărată, deși propoziția (d), din care Smith a inferat (e), este falsă. În exemplul nostru, atunci, fiecare dintre următoarele consecințe este adevărată: (i)

(e) este adevărată, (ii) Smith crede că (e) este adevărată, și (iii) Smith este întemeiat să creadă că (e) este adevărată. Dar este la fel de clar că Smith nu *cunoaște* că (e) este adevărată; căci (e) este adevărată în virtutea numărului de monede din buzunarul lui Smith, în timp ce Smith nu cunoaște câte monede sunt în buzunarul lui Smith, și își bazează opinia sa că (e) pe o numărare a monedelor din buzunarul lui Jones, despre care el crede în mod fals că este cel care va primi slujba”³⁵.

Esența teoretică a situației imparate de Gettier ne determină să înțelegem că, în principiu, sunt posibile împrejurări în care o convingere adevărată și întemeiată poate să nu fie cunoaștere. Contraexemplele de genul celor imparate de Gettier se bazează pe faptul că, așa cum arătam și mai sus, uneori, prin forța împrejurărilor, admitem o judecată falsă (chiar dacă nu știm lucrul acesta atunci când o facem!) pentru care, în condițiile respective, avem bune temeiuri să o considerăm drept cunoaștere. În plus, odată admisă judecata respectivă, putem deduce din ea o altă propoziție și putem crede că avem bune temeiuri pentru a admite și această judecată. Referindu-ne la exemplul oferit de Gettier, dacă (d) este falsă (dar este luată drept adevărată) și există temeiuri suficiente pentru a o accepta, din (d) putem infera (e), care la rândul ei, va fi întemeiată. În acest caz, (e) este considerată adevărată (deoarece am raționat corect și am inferat-o dintr-o judecată ce trecea drept adevărată), este întemeiată ((d) fiind temeiul său) și este acceptată. Practic, cele trei condiții ale analizei clasice ale cunoașterii sunt îndeplinite, dar (e) nu este cunoaștere.

O serie de replici oferite contraexemplurilor lui Gettier la analiza clasică a cunoașterii se bazează pe ideea că acestea nu ar fi eficace deoarece judecata (e) este întemeiată pe (d) care, în fapt, este falsă. Epistemic vorbind, necunoașterea ar fi tocmai echivalentul falsității; în aceste condiții, o cunoștință nu ar putea fi dedusă din ceva ce este mai puțin decât cunoașterea. Prin urmare, presupunând posibilitatea că o judecată (e) adevărată (cunoaștere) ar putea fi inferată dintr-o judecată (d) falsă (necunoaștere), contraexemplele lui Gettier nu ar fi contraexemple autentice la analiza clasică a cunoașterii³⁶. Totuși, putem demonstra faptul că tipul de situație imparată de Gettier ne poate îndreptăți să credem că cele trei condiții propuse în analiza tradițională a cunoașterii nu sunt suficiente pentru a transforma o simplă opinie în cunoaștere. Iată un contraexemplu în care, formal vorbind, (g) este inferată din (f), iar (f) este adevărată și, dată fiind situația respectivă, reprezintă un bun temei pentru (g).

(B) X și Y, doi colegi de liceu, vin la întâlnirea de promoție organizată la douăzeci de ani de la terminarea școlii. X crede că Y s-a căsătorit cu Z, scriitoare; acesta a sosit la întâlnire împreună cu Z, s-au cazat în aceeași cameră la hotel, Y i-a arătat lui X fotografii de la nuntă și, ca din întâmplare, certificatul de căsătorie. Prin urmare, X avea bune temeiuri să creadă că cei doi sunt căsătoriți. Cu toate acestea, cei doi nu erau căsătoriți, iar Y a spus toate acestea deoarece, fiind agent secret și fiind implicat într-o misiune, avea tot interesul să

³⁵ Edmund L. Gettier, “Is Justified True Belief Knowledge?”, în Ernest Sosa și Jaegwon Kim (eds.), *Epistemology. An Anthology*, Blackwell Publishing Ltd., 2003, pp. 58-59.

³⁶ Mircea Flonta, *Op. cit.*, p. 48.

se creadă că este un familist liniștit, aflat la o întâlnire cu vechii prieteni. Totuși, pe baza dovezilor pe care le avusese X, acesta putea conchide, fără probleme, că (f) „Y este căsătorit cu o scriitoare”. În seara petrecerii, privind către toți colegii săi, X are temeiuri suficiente să spună că (g) „Printre colegii mei, există unul care este căsătorit cu o scriitoare”. În același timp, W, un alt coleg de-al lui X prezent la întrunire, era realmente căsătorit cu o scriitoare. Generalizarea (g) este și adevărată și bine întemeiată, fiind dedusă dintr-o propoziție care, conform datelor inițiale, era adevărată; așadar, (g) satisface toate exigențele analizei clasice a cunoașterii, dar nu putem spune că X posedă cunoaștere.

Prin urmare, contraexemplul de tip Gettier atrage atenția asupra unei probleme reale: nu orice opinie adevărată și întemeiată reprezintă cunoaștere. Oricât de sceptici au fost unii filosofi în legătură cu relevanța teoretică a contraexemplurilor formulate de Gettier, cei mai mulți au recunoscut faptul că deficiențele sesizate astfel cu privire la analiza clasică a cunoașterii sunt reale și imposibil de ignorat. Depășirea acestei situații a fost căutată în construirea unor soluții de tip reliabilist.

(I) Există procese cognitive demne de încredere? Acceptând relevanța epistemică a contraexemplurilor de tip Gettier, unii filosofi au fost de părere că se pot elimina neajunsurile analizei tradiționale a cunoașterii dacă cele trei condiții clasice vor fi regândite sau suplimentate. Fără îndoială, situațiile de tip Gettier sunt generate de considerarea drept temei a unor propoziții false, dar care trec drept adevărate. Soluția întrezărită a fost aceea de a modifica convenabil condiția întemeierii astfel încât să fie excluse situațiile în care sunt admise drept temeiuri propoziții false. În consecință, unii epistemologi sunt de părere că insuficiențele provenite din procedurile de întemeiere ar putea fi înlăturate prin modificarea condiției întemeierii sau prin introducerea unei condiții suplimentare ce ne-ar obliga fie să verificăm mai atent procedura epistemică care ne-a adus în situația de a accepta o opinie drept cunoștință în baza unui temei insuficient, fie să veghem ca opinia ce candidează la statutul de cunoștință să se coreleze neproblematic cu o rețea dată de credințe adevărate. Rolul acestei condiții suplimentare ar fi tocmai acela de a evita situațiile în care sunt acceptate drept cunoștințe opinii care, în fapt, se întemeiază pe propoziții false (dar care, dintr-un motiv sau altul, nu sunt cunoscute ca atare) sau sunt rezultatul funcționării unor mecanisme cognitive ce nu sunt demne de încredere.

În consecință, perspectiva *justificaționistă* propusă în cadrul analizei clasice a cunoașterii și care este afectată de contraexemplurile de tip Gettier ar putea fi înlocuită prin analize de tip *reliabilist*³⁷, analize în care se acordă o importanță mai mică respectării unor proceduri intelectuale de justificare, a unor proceduri formale – deseori, complicate – și este conferită o importanță mai mare relației opiniei investigate cu alte opinii *adevărate* (reliabilismul indicatorilor demni de încredere) sau *procedurilor cognitive demne de încredere* (reliabilismul proceselor demne de încredere). Scopul abordării reliabiliste este tocmai acela de a ne determina să luăm toate măsurile pentru evitarea acceptării unei opinii în mod accidental adevărată drept cunoaștere.

³⁷ *Reliable* (engl.) = de încredere, de nădejde, pe care te poți bizui.

De pildă, Paul K. Moser, aderând la o formă de reliabilism al indicatorilor demni de încredere, consideră că trebuie introdusă o condiție suplimentară ce instituie obligația de a lua în seamă o serie de evidențe susținute de adevăr. Soluția exactă a filosofului este următoarea: „Pentru ca o persoană S să aibă o cunoaștere că p pe baza evidenței e , e trebuie să fie susținută de adevăr în următorul sens: pentru orice propoziție adevărată t , care, luată în conjuncție cu e , subminează întemeierea bazată pe e a lui S pentru p , există o propoziție adevărată t' , care luată în conjuncție cu $e \& t$, reface întemeierea lui p în fața lui S , în așa fel încât S este în mod actual întemeiat să creadă p ”³⁸. Ideea de bază a soluției propuse de Moser este aceea că o opinie poate fi considerată cunoaștere doar în condițiile în care este adevărată, întemeiată, fiind, în același timp, susținută de o colecție de adevăruri, care ar avea puterea să neutralizeze o altă propoziție ce ar putea submina încrederea în opinia dată. Altfel spus, temeiul unei cunoștințe nu trebuie să se reducă la enunțurile indicate în mod imediat drept temei, ci trebuie să presupună și existența altor enunțuri adevărate care, în anumite situații, ar putea fi invocate astfel încât încrederea diminuată în acea cunoștință să poată fi refăcută. Elementul de noutate introdus de Moser este acela cu privire la posibilitatea de a admite *cunoștințe cu grade diferite încredere*. O cunoștință este mai tare, se bucură de o mai mare încredere din partea unui subiect în funcție posibilitatea acestuia de a avea acces la elemente mai mult sau mai puțin relevante (nu neapărat într-o ordine obiectivă, ci într-una subiectivă), apte să neutralizeze toate acele propoziții care ar putea submina posibilitatea cunoașterii.

R. M. Chisholm este convins că, pentru a preîntâmpina situații de genul celor semnalate de Gettier, condiția întemeierii din analiza tradițională a cunoașterii ar trebui reformulată după cum urmează: S cunoaște h dacă și numai dacă:

- (i) h este acceptată de către S ;
- (ii) h este adevărată;
- (iii) h este întemeiată fără greșală pentru S ³⁹.

„Întemeierea fără greșală” se deosebește mult de condiția clasică a întemeierii. De pildă, spune Chisholm, să luăm în discuție situația prezentată în exemplul lui Russell cu ceasul. Există o propoziție pe care o considerăm evidentă și, în virtutea acestei evidențe, o considerăm bază epistemică pentru propoziția adevărată că ora este cea indicată acum de ceas, deși ceasul s-a oprit de mult. Propoziția respectivă este „Ceasul meu funcționează corect”. Dar această propoziție furnizează o bază și pentru propoziția falsă conform căreia, acum câteva minute, ora era cea indicată atunci de ceas. Prin urmare, propoziția despre ora exactă este întemeiată greșit și, ca atare, nu este cunoscută ca fiind adevărată; greșeala provine din faptul că este luată drept adevărată judecata „Ceasul meu funcționează corect”, în condițiile în care aceasta este falsă. Dacă o opinie întemeiată în conformitate cu standardele analizei clasice a cunoașterii putea fi admisă drept cunoaștere și pe baza unui temei fals, *o opinie întemeiată fără greșală presupune faptul că temeiul în baza căruia o acceptăm trebuie să fie alcătuit din judecăți adevărate, pe deplin asigurate*.

³⁸ Paul K. Moser, “Problema lui Gettier”, în Jonathan Dancy și Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, vol. II, p. 222.

³⁹ R. M. Chisholm, *Op. cit.*, p. 110.

O altă încercare reliabilistă de soluționare a problemelor ridicate de contraexemplele de tip Gettier îi aparține lui Peter Klein. Și acesta crede că, printr-o reformulare a condițiilor necesare ce ar trebui îndeplinite de o opinie pentru a fi cunoaștere, am putea face față situațiilor de genul celor descrise de Gettier. În cazul în care o opinie ar satisface condițiile pe care el le formulează, Klein este convins că vom avea temeiuri suficiente pentru a admite acea opinie drept cunoaștere. Definiția pe care el o propune cunoașterii este următoarea: *S* cunoaște că *p* la t_1 dacă și numai dacă:

- (i) *p* este adevărată;
- (ii) *S* crede că *p* la t_1 ;
- (iii) *p* este evident pentru *S* la t_1 ;
- (iv) nu există o propoziție adevărată astfel încât dacă ea devine evidentă pentru *S* la t_1 , *p* nu ar mai fi atât de evidentă pentru *S*⁴⁰.

Condițiile (i)-(iii) sunt, așa cum remarcă și Peter Klein, condițiile tradiționale pe care ar trebui să le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere; aceste condiții, crede filosoful, rămân în continuare condiții necesare pe care orice opinie ce aspiră la rangul de cunoaștere trebuie să le satisfacă. Condiția (iv) atrage atenția asupra faptului că există posibilitatea ca în condițiile în care o propoziție adevărată ce devine evidentă pentru *S* să atragă după sine urmarea ca *p* să nu mai fie atât de evidentă pentru *S*; o judecată cu astfel de consecințe este numită de Klein *judecată care descalifică*. De pildă, în exemplul (B) de mai sus, judecata adevărată „Nici unul dintre colegii mei nu este căsătorit cu o scriitoare” este una ce descalifică judecata (g) „Printre colegii mei, există unul care este căsătorit cu o scriitoare”. Admițând adevărul primei judecăți, nu se mai poate pune problema adevărului lui (g) și, implicit, problema măsurii în care reprezintă sau nu cunoaștere. Dar dacă nu putem admite adevărul unei astfel de judecăți, avem toate motivele să credem că (g) este adevărată și că ea ar putea fi chiar cunoaștere.

Totuși, s-ar putea obiecta că această reformulare a condiției clasice a întemeierii ar fi prea puternică și, în consecință, nu poate fi satisfăcută în toate situațiile în care opinii adevărate candidează la statutul de cunoștințe. Klein specifică totuși că (iv) trebuie înțeleasă nu în sensul că *S* cunoaște că nu există o judecată ce descalifică opinia ce candidează la statutul de cunoștință, ci în sensul că temeiurile invocate pentru a susține opinia în cauză sunt de așa natură încât nu pot fi admise judecăți ce le descalifică, nu pot fi admise judecăți ce o fac pe *p* să nu mai fie atât de evidentă pentru *S*. De pildă, să luăm în discuție judecata

(a) *Cerul este albastru și soarele începe să apună.*

Dacă ne plasăm în postura unui personaj ce îmbrățișează o logică a îndoielii, o logică de factură carteziană, (a) ar putea fi descalificată de oricare dintre următoarele judecăți:

- (5) *Poate că în acest moment visez;*
- (6) *M-am înșelat mai înainte și poate că mă înșel și acum;*
- (7) *Alte tipuri de entități decât obiectele materiale pot cauza percepțiile noastre, de pildă, un spirit rău;*
- (8) *Poate că sunt nebun*⁴¹.

⁴⁰ Peter Klein, “A Proposed Definition of Propositional Knowledge”, în Ernest Sosa, Jaegwon Kim (eds.), *Epistemology. An Anthology*, p. 62.

Totuși, dacă temeiurile pe baza cărora admitem (a) sunt atât de puternice încât nu pot admite nici una dintre judecățile de la (5) la (8) și (a) este adevărată, atunci suntem îndreptățiți să credem că (a) reprezintă cunoaștere. Prin urmare, dacă temeiurile pe care le invocăm atunci când este vorba de justificarea unei judecăți adevărate sunt de așa natură încât nu ne vor permite să admitem drept adevărată contrara (sau contradictoria) judecății respective, avem motive suficiente să credem că judecata în cauză reprezintă cunoaștere.

Dacă soluțiile de tip reliabilist prezentate până aici înlocuiesc condiția clasică a întemeierii cu o alta ce conferă un rol mai mare relației opiniei investigate cu alte opinii *adevărate* (fiind soluții ce aparțin unui reliabilism al indicatorilor demni de încredere), F. Dretske, de pildă, construiește o variantă naturalizată de reliabilism în care condiția justificării este înlocuită cu una conform căreia o opinie poate fi socotită cunoaștere doar dacă a fost obținută în baza unor procese cognitive demne de încredere (percepția, memoria, raționarea, introspecția etc.). Din punctul său de vedere, procesele cognitive demne de încredere nu sunt cele ce pot conduce la justificări fără greșală, cele care presupun operații intelectuale complicate, ci sunt cele care reușesc să *transmită corect informația*.

În primă instanță, Dretske va pune semnul echivalenței între *cunoaștere* și *cunoașterea perceptuală* și o va defini prin corelație cu *informația* utilizând următoarea formulare: K cunoaște că *s* este *F* dacă și numai dacă convingerea lui K conform căreia *s* este *F* este cauzată (ori susținută cauzal) de informația că *s* este *F*⁴². Așadar, corectitudinea informațiilor lui K despre *F* ar trebui să fie garantată de legătura cauzală existentă între *F* și K. Ulterior, se va concentra mai mult asupra canalelor naturale prin care este transmisă informația, asupra proceselor cognitive de încredere. Așa cum, de pildă, un termometru indică corect temperatura în baza conexiunii cauzale cu mediul, în mod similar și o opinie poate fi declarată cunoaștere dacă este obținută în baza unor procese cognitive de încredere (percepția, memoria, introspecția etc.). Astfel, va fi declarată cunoaștere opinia formulată în baza unei informații transmise pe un canal de încredere. Una dintre consecințele soluției lui Dretske va fi aceea că poziția de subiect epistemic nu mai poate fi ocupată doar de ființele raționale, de oameni, ci este una pe care o pot ocupa, în egală măsură, și animalele. Filosoful este încredințat că putem spune, la propriu, faptul că animalele cunosc anumite lucruri, fără să susținem că ar fi capabile de operațiuni intelectuale sofisticate, presupuse de analiza tradițională a cunoașterii⁴³. Evident, în măsura în care vom accepta să privim orice animal drept subiect epistemic, vom abandona viziunea clasică, justificționistă asupra cunoașterii; credem că orice filosof ce pledează în favoarea unui reliabilism al proceselor de încredere ar avea dificultăți în a ne convinge că pisicile sau papagalii au dobândit „rațiuni suficiente” pentru a-și justifica, de pildă, comportamentul lor alimentar.

Dincolo de această consecință secundară, Dretske este convins că unul dintre rezultatele cele mai importante ale abordării sale este acela că poate rezolva situația

⁴¹ *Ibidem*, p. 65.

⁴² Fred Dretske, *Knowledge and the Flow of Information*, Basil Blackwell, Oxford, 1981, p. 86.

⁴³ *Idem*, “Precis of Knowledge and the Flow of Information”, în Hilary Kornblith, ed., *Naturalizing Epistemology*, MIT Press, Cambridge, 1985, p. 177.

teoretică semnalată de contraexemplele lui Gettier. Filosoful spune că, în baza proceselor cognitive de încredere, K nu va recepționa niciodată informația că s este F, dacă s nu este F în realitate⁴⁴. De pildă, K nu va recepționa niciodată informația că pe masă se află trei cărți și o portocală, dacă pe masă nu s-ar afla efectiv cele trei cărți și o portocală. În această situație, crede Dretske, am fi justificați să acceptăm faptul că opinia „s este F” ar fi cunoaștere.

Urmând evaluarea propusă de către Alvin Goldman cu privire la statutul și limitele reliabilismului proceselor demne de încredere, trebuie să sesizăm faptul că această poziție teoretică posedă două componente fundamentale: *în primul rând*, „statutul unei opinii în ordinea întemeierii depinde de procesele psihologice care o cauzează (sau o susțin în mod causal), și nu doar de statutul logic al propoziției sau de relațiile de întemeiere ale acesteia cu alte propoziții”⁴⁵. Astfel, datorită acestei exigențe, chiar dacă o propoziție sau alta poate fi considerată drept adevărată sau cunoaștere în virtutea anumitor proprietăți logice (cazul tautologiilor, bunăoară), ea ar putea fi considerată neîntemeiată dacă nu este rezultatul unor procese cognitive demne de încredere. Așadar, din perspectivă reliabilistă, o opinie nu este acceptată drept cunoaștere în virtutea faptului că ar fi adevărată (ar corespunde realității sau ar fi în concordanță cu un set de enunțuri anterior acceptate) și întemeiată (am avea, logic, vorbind, temeiuri suficiente pentru a o accepta), ci pentru că procesele psihologice de formare sau de menținere a respectivei opinii – percepția, memoria, raționarea, presupunerea, introspecția etc. - sunt procese cognitive demne de încredere⁴⁶. *În al doilea rând*, trebuie luate în calcul doar acele procese cognitive care sunt realmente demne de încredere, care au condus constant către conturarea unor opinii care s-au dovedit corecte sau utile.

Depart de a fi pe o poziție teoretică pe deplin asigurată, reliabilismul proceselor demne de încredere trebuie să facă față unor dificultăți majore. Cele mai puternice contraargumente la adresa reliabilismului sunt exemplul „lumii controlate de un demon” și cel „al clarviziunii”. *În primul caz*, este posibil să ne imaginăm o lume în care un demon furnizează în mod constant experiențe vizuale înșelătoare (evident, fără ca locuitorii acelei lumi să știe acest lucru), consecința fiind aceea că datele obținute în baza experienței vizuale nu sunt demne de încredere. În ciuda acestui fapt, conform poziției reliabiliste, opiniile dobândite în acea lume pe baza experienței vederii (socotită de locuitori o experiență veritabilă) pot fi acceptate drept întemeiate și, în consecință, cunoștințe veritabile. *În al doilea caz*, să presupunem că cineva posedă calități certe de clarvăzător, dar că acea persoană nu este încredințată nici că are, nici că nu are astfel de calități. În primă instanță, credințele sale dobândite pe baza acelor calități sunt neîntemeiate și nu pot fi declarate cunoștințe; în schimb, din perspectivă reliabilistă, opiniile respective sunt cunoștințe autentice deoarece sunt dobândite în baza unor

⁴⁴ *Idem*, *Knowledge and the Flow of Information*, p. 97.

⁴⁵ Alvin Goldman, „Reliabilism”, în Jonathan Dancy și Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, vol. II, Editura Trei, București, 1999, p. 313.

⁴⁶ *Ibidem*.

calități reale, în baza unor procese cognitive, care, în situația de față, ar fi demne de încredere⁴⁷.

Dacă admitem cele două contaargumente (la care am mai putea adăuga dificultatea reliabilismului de a da seamă de temeiul cunoștințelor generale, al legilor științei, bunăoară) sesizăm faptul că procesele cognitive și canalele informaționale, oricât de bine ar fi asigurate prin structurile lor naturale, nu pot fi socotite niciodată absolut demne de încredere. Așadar, cunoașterea nu poate fi identificată cu simpla transmitere corectă de informații, deoarece nu putem avea niciodată încredere deplină în canalul pe care ne parvin acele informații.

Contraexemplele lui Gettier descriu, fără îndoială, situații în care o opinie, chiar dacă satisface condițiile stabilite în analiza tradițională a cunoașterii, nu poate fi admisă drept cunoaștere. Cele trei condiții se dovedesc a fi insuficiente pentru a spune că o opinie ce le respectă trebuie să fie recunoscută automat drept cunoaștere. O parte dintre strategiile gândite de unii filosofi pentru a rezolva situațiile de tip Gettier sunt, în mare măsură, de tip reliabilist și vizează întărirea condiției întemeierii stabilite prin analiza tradițională a cunoașterii (Chisholm, Moser, Klein). Ideea de bază a acestor strategii a fost aceea de a acorda un rol mai important relației dintre opinia investigată și alte opinii *adevărate* (reliabilismul indicatorilor de încredere). O altă grupă de strategii, cele gândite în sânul reliabilismului proceselor demne de încredere, acordă un rol esențial în cunoaștere procedurilor cognitive demne de încredere (percepția, memoria, raționarea, presupunerea, introspecția etc.).

Nu există o soluție unanim acceptată cu privire la obiecțiile ridicate de Gettier cu privire la insuficiența condițiilor stipulate în analiza clasică a cunoașterii. Starea de cvasi-consens a filosofilor tradiționali cu privire la condițiile cunoașterii pare a fi una definitiv apusă. Lipsa de convergență și neputința filosofilor de a găsi o soluție acceptată de mai mulți s-ar putea datora unei chestiuni de principiu: este posibil ca pe baza unor criterii destul de vagi și de generale să nu putem separa cunoștințele concrete de simplele opinii. Este cert că aceste dezbateri au pus în evidență multiplele condiționări ale unei opinii ce tinde către statutul de cunoaștere. În plus, au pus în evidență chiar complexitatea și profunzimea cunoașterii: cunoașterea, pe care o regăsim în una sau alta dintre opiniile noastre, posedă legături intime cu adevărul, cu procesele cognitive pe care este capabilă să le desfășoare mintea umană (și nu numai), cu stările de fapt, cu temeiurile din spatele opiniilor și, astfel, cu alte opinii adevărate și întemeiate din rețeaua noastră de credințe și opinii sau din alte rețele cu care venim în contact. În ciuda acestor aspecte pozitive ale cercetărilor epistemologice de tip analitic suscitade de problemele de tip Gettier, totuși transformarea analizei cunoașterii într-o goană după identificarea unor condiții ce ar trebui să fie satisfăcute de o opinie ce tinde la statutul de cunoaștere s-ar putea solda cu rezultate modeste. Un concept de cunoaștere extrem de restrictiv ar transforma activitatea de cunoaștere într-una extrem de neperformantă. Astfel putem explica atitudinea teoretică a unor filosofi de îndepărtare de justificaționism și de apropiere față de diverse variante naturalizate de reliabilism.

⁴⁷*Ibidem*, p. 314.

II. Structurile cognitive și comunicarea

(A) Percepție, cunoaștere și comunicare

(B) Rolul rațiunii în geneza cunoașterii

(C) Cunoaștere și memorie

Scopul celui de-al doilea capitol cursului este acela de a cerceta câteva soluții paradigmatică la problema surselor cunoașterii și de a evidenția structurile cognitive ce intervin în actul de comunicare. Vom încerca să stabilim specificul cunoașterii empiric-perceptuale, a celei discursiv-raționale și a celei înnăscute, a cunoașterii bazată pe datele de memorie și a celei bazată pe intuiție. Mai mult, vom încerca să identificăm măsura în care astfel de cunoștințe sunt dependente de experiența noastră senzorială, de operațiile rațional-discursive din mintea noastră, de o serie de date și predispoziții înnăscute sau de o serie de factori imposibil de accesat senzorial și greu de înțeles prin rațiune. Pe lângă expunerea și analiza critică a relevanței epistemologice a acestor soluții, vom fi permanent preocupați de evidențierea presupuzițiilor metafizice ce au făcut posibile aceste soluții. Primul subcapitol va fi dedicat înțelegerii specificului cunoașterii empiric-perceptuale.

(A) Percepție, cunoaștere și comunicare. Să readucem în atenție una dintre aserțiunile pe care le-am oferit drept exemplu la începutul primului capitol:

(a) *Cerul este albastru și soarele începe să apună.*

Să presupunem că această aserțiune reprezintă cunoaștere. Filosofic vorbind, problema imediat sesizabilă este cea legată de modalitatea în care putem ajunge în posesia unei cunoștințe de acest tip, a unei cunoașteri cu privire la o stare de lucruri concretă. Răspunsul cel mai simplu pe care îl putem oferi este acela că vedem, adică percepem, faptul că cerul este albastru iar această percepție poate fi un bun temei pentru a accepta opinia perceptuală (a). În consecință, am putea susține că (a) reprezintă o *opinie perceptuală* adevărată și justificată. Cu alte cuvinte, putem spune că datele oferite de simțuri reprezintă un temei suficient, un temei ce ne îndreptățește să susținem că cerul este albastru și că soarele începe să apună. Acest gen de soluție, susținută de diverse alte argumente, a fost acceptat, în principiu, de către filosofii de orientare empiristă.

(1) Percepție și oglindire. Datele furnizate de organele noastre de simț au fost considerate de către mulți filosofi primul și cel mai important izvor al cunoașterii umane. Mulți filosofi moderni (Bacon, Locke, Berkeley, Hume și mai târziu Mill), dar și unii filosofi contemporani (Russell, Carnap, Ayer, Quine ș.a.) și-au exprimat cu claritate convingerea conform căreia cunoștințele noastre despre lumea externă (dar și despre conținuturile minților noastre) se fundamentează pe achizițiile noastre senzoriale (sunt produse ale *simțului* nostru *extern*, respectiv *intern*). După Bruce Hunter, o poziție empiristă în problema cunoașterii comportă următoarele două caracteristici: „(1) Nu putem ști despre nimic din jurul nostru că este real dacă existența sa nu este revelată

prin sau inferabilă din informația pe care o dobândim direct, în cadrul experienței sensibile sau al introspecției asupra stărilor noastre subiective sau ne-o amintim mai târziu; (2) diferențele inteligibile, veritabile dintre afirmațiile noastre despre această lume trebuie să exprime diferențe cognoscibile în cadrul experienței”⁴⁸. Dacă X susține, de pildă, ipoteza că există eter, iar Y pe cea conform căreia nu există eter, cele două ipoteze trebuie să exprime o diferență sesizabilă la nivelul experienței. În funcție de ceea ce constatăm la nivelul experienței, vom admite opinia lui X sau pe cea a lui Y. Una dintre cele mai celebre soluții empiriste construite în filosofia modernă cu privire la posibilitatea cunoașterii aparține filosofului englez John Locke.

În lucrarea *Eseu asupra intelectului omenesc*, Locke își propune să cerceteze „originea, certitudinea și întinderea cunoașterii umane, împreună cu temeiurile și treptele credinței, opiniei și asentimentului”⁴⁹. După ce în *Cartea I* a primului volum respinge teza filosofilor raționaliști conform căreia ar exista o seamă de idei înnăscute, în *Cartea a II-a* filosoful încearcă să identifice *adevăratele izvoare* ale cunoașterii umane. Premisa de la care Locke pleacă este aceea că *ideile sunt obiectul gândirii*. Aceste idei pot proveni doar din două izvoare distincte: *senzația* și *reflecția*. Iată cuvintele lui Locke: „Să presupunem, deci, că mintea este oarecum ca și o coală albă pe care nu stă scris nimic; că este lipsită de orice idee; cum ajunge ea să fie înzestrată? De unde dobândește ea această nemăsurată mulțime de idei pe care imaginația fără odihnă și fără margini a omului i-o înfățișează într-o diversitate aproape nesfârșită? De unde are ea toate elementele rațiunii și ale cunoașterii? La aceasta eu răspund într-un cuvânt: din experiență (...) Observația noastră îndreptată fie spre obiectele exterioare sensibile, fie spre procesele lăuntrice ale minții noastre, pe care le percepem și asupra cărora reflectăm, este ceea ce procură intelectului toate elementele gândirii”⁵⁰. Locke crede că simțurile noastre, luând contact cu diverse lucruri exterioare, introduc în minte diverse percepții ale acestora, percepții specifice fiecărui tip de simț în parte. Astfel, ajungem în posesia unor idei simple precum „alb”, „galben”, „dulce”, „amar”, „rece”, „cald” etc. care exprimă ceea ce filosoful englez numește *calități sensibile*. *Senzația* sau *simțul extern*, denumirea generică, filosofică a simțurilor, este în esență, o facultate receptivă și este socotită de către filosoful englez principala sursă a cunoașterii omenești. Această teză a fost și este socotită pivotul teoretic al poziției epistemologice apărută de către filosofii empiriști.

Cel de-al doilea izvor al cunoașterii, *reflecția* sau *simțul intern*, ne ajută să percepem procesele proprii noastre minți sau ideile pe care le-am dobândit deja. Cu ajutorul reflecției devenim, așadar, conștienți de o serie de idei calitativ distincte și, astfel, reușim să furnizăm intelectului și o altfel de materie primă decât cea referitoare la calitățile sensibile ale lucrurilor. Dintre acestea amintim: *percepția*, *gândirea*, *îndoiala*, *credința*, *raționamentul*, *procesele cognitive* propriu-zise, *procesele de voliție* și toate celelalte procese interne ale minții. Toate ideile care ajung la intelect provin din una dintre cele două surse. „Intelectul nu-mi pare a avea nici cea mai slabă licărire a vreunei

⁴⁸ Bruce Hunter, “Empirism”, în Jonathan Dancy și Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, Vol. I, Editura Trei, București, 1999, p. 257.

⁴⁹ John Locke, *Eseu asupra intelectului omenesc*, Vol. I, Editura Științifică, București, 1961, p. 13.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 81.

idei pe care să n-o primească de la unul dintre aceste două izvoare. Obiectele exterioare procură minții ideile calităților sensibile, care sunt toate acele felurite percepții pe care ele le produc în noi, iar mintea furnizează intelectului ideile propriilor ei procese”⁵¹. Orice idee existentă în mintea noastră, fie ea cât de complexă, este reductibilă la idei furnizate fie de una, fie de cealaltă dintre cele două surse. Lucrul acesta, spune Locke, se poate verifica în cazul copiilor nou-născuți: la început, mintea lor este precum o coală albă de hârtie și, treptat, odată cu acumularea experienței, ea dobândește o serie de idei cu privire la ordinea și calitățile lucrurilor. Dar, mult mai târziu, copiii ajung în posesia unor idei procurate pe calea reflecției, deoarece acest izvor presupune posibilitatea mobilizării atenției asupra proceselor interne, procese care, de cele mai multe ori, nu produc impresii destul de puternice.

Prin urmare, fundamentul cunoașterii oricărui lucru constă în posibilitatea intelectului de a recepta, de cele mai multe ori pasiv, ideile furnizate de cele două izvoare: *senzația și reflecția*. În primă instanță, *calități sensibile diferite generează idei simple* diferite. Astfel, spune John Locke, „frigul și duritatea pe care un om le simte la o bucată de gheață sunt idei tot atât de distincte în minte ca și parfumul și albeața unui crin sau ca gustul de zahăr și parfumul unui trandafir”⁵². Nefiind compuse, ideile simple sunt distincte, unitare, uniforme astfel încât prin conținutul lor nu pot fi distinse alte idei. Ideile simple constituie elementele, *atomii întregii noastre cunoașteri*. Orice cunoștință, oricât de complicată, poate fi descompusă în ideile simple ce o alcătuiesc. Așa cum orice corp poate fi redus la o structură formată din elemente ultime, din atomi, la fel și cunoștințele pot fi reduse la configurații formate din „atomi cognitivi” – ideile simple.

Odată pătrunse în mintea noastră, ideile simple nu pot fi nici distruse, nici modificate; așa cum nu stă în puterea omului să creeze sau să modifice atomii din care este alcătuită întreaga materie, la fel nu-i poate sta în putere intelectului omenesc să modifice ideile simple. Intelectul omenesc nu poate crea singur idei simple; în consecință, orice operație a intelectului poate fi înțeleasă drept o manipulare de idei simple, idei pe care le receptează pasiv. Prin repetarea, compararea, reunirea ideilor simple, intelectul construiește *ideile complexe*. În consecință, intelectul este pur pasiv în relație cu ideile simple – le receptează, dar nu le poate modifica – fiind însă activ în relație cu ideile complexe.

De pildă, pentru ca să ajungem în posesia ideii complexe de trandafir, organele de simț trebuie să sesizeze calitățile sensibile ale unei astfel de flori. Ulterior, ajungem în posesia unor idei simple și distincte precum cea de „roșu”, „catifelare”, „miros dulceag” etc. Aceste idei sunt receptate de intelectul nostru și, prin combinări și reorganizări ale acestor idei simple, este construită o idee complexă, imaginea trandafirului așa cum ne-o putem reprezenta noi în mintea noastră. În absența unor idei simple adecvate, dobândite prin experiență directă, nu vom putea avea niciodată idei complexe precise și exacte. Dacă nu acceptăm acest principiu, spune Locke, atunci vom fi siliți să acceptăm că putem avea ideea unui parfum pe care nu l-am mirosit niciodată, că orbii ar putea

⁵¹ *Ibidem*, p. 83.

⁵² *Ibidem*, p. 96.

avea idei exacte despre culori sau că surzii ar putea avea noțiuni clare și distincte despre sunete. Dar toate aceste situații sunt absurde. Ideile noastre complexe sunt strict determinate de ideile noastre simple; în absența datelor furnizate de către unul dintre simțuri, nu ne putem face nici un fel de idee în privința calităților sensibile ale lucrurilor ce ar trebui percepute prin acel simț. Așa cum orbii din naștere nu pot să aibă nici cea mai vagă idee despre culori, la fel surzii nu pot avea nici cea mai vagă idee despre sunete. Prin urmare, orice cunoaștere are la bază anumite idei simple, iar acestea se originează în impresiile simțurilor noastre și în observarea proceselor din mintea noastră. Totuși, cunoașterea umană nu se limitează la cea senzitivă, la cunoașterea dobândită prin simțul extern sau prin cel intern. Locke mai vorbește despre existența unei *cunoașteri intuitive*, cea prin care omul se cunoaște pe sine ca spirit, și a unei *cunoașteri demonstrative*, cea prin care, de pildă, îl putem cunoaște pe Dumnezeu.

Analizând poziția exprimată de John Locke, constatăm că una dintre supozițiile majore ale soluției empiriste la problema surselor cunoașterii este cea a *accesului direct, neinferențial la calitățile sensibile ale lucrurilor*. Ideile simple sunt rezultatul accesării imediate a calităților sensibile; acestea reflectă, oglindesc obiectul în sensul că fiecărei calități sensibile îi corespunde o idee simplă. În aceste condiții, apare problema teoretică a măsurii în care accesarea directă a calităților sensibile ale lucrurilor este suficientă pentru a cunoaște lucrurile așa cum sunt ele. Altfel spus, o teorie empiristă a cunoașterii, precum cea susținută de Locke, trebuie să lămurească măsura în care accesarea calităților sensibile poate fi suficientă pentru a putea cunoaște lucrurile în realitatea lor.

Filosoful englez împarte calitățile lucrurilor în *calități primare* și *calități secundare*. Calitățile primare sunt cele determinate de corpusculii din care este alcătuit orice corp; calitățile secundare sunt determinate de calitățile primare, fiind cele percepute de noi sub forma unor idei simple precum „galben”, „dulce” sau „rece”. Calitățile primare determină adevărata natură a lucrurilor, pe când cele secundare ne arată doar modul în care noi le cunoaștem. Mintea umană, crede filosoful, nu poate înțelege cum sunt conectate calitățile secundare cu cele primare, la modul concret, și nici nu poate stabili dacă o anumită conexiune existentă între diverse calități secundare este sau nu este necesară. „Însă mintea noastră nefiind capabilă să descopere nici o conexiune între calitățile primare ale corpurilor și senzațiile produse în noi de către ele, nu suntem niciodată în stare să stabilim reguli certe și neîndoielnice despre consecința sau coexistența oricâtor calități secundare (...) Suntem atât de departe de a ști ce anume formă, mărime sau mișcare de particule produce o culoare galbenă, un gust dulce sau un sunet înalt, încât nu putem să concepem pe nici o cale în ce fel o mărime, o formă sau o mișcare are posibilitatea de a produce în noi ideea de culoare, gust sau sunet. Nu putem concepe nici o conexiune între aceste lucruri”⁵³. Altfel spus, accesul cognitiv la calitățile sensibile ale lucrurilor nu ne garantează o cunoaștere a acestora în esența lor și nici a conexiunilor ce există, *pe de-o parte*, între calitățile primare și cele secundare și, *pe de altă parte*, între diversele calități secundare. Ideile simple reflectă calitățile sensibile ale lucrurilor, dar cunoașterea dobândită astfel nu este nici completă (care, în principiu, nu ar putea fi completă) și nici necesară. Datorită acestui fapt, nu putem trage

concluzia că două lucruri percepute ar fi într-un anumit gen de relație și că această relație ar fi una necesară. În aceste condiții, cunoașterea umană s-ar reduce doar la experiența directă a calităților sensibile; datorită faptului că suntem în imposibilitate de a stabili existența vreunei conexiuni reale și necesare între calitățile secundare, putem extrapola destul de puțin din ceea ce deja știm către ceea ce nu știm.

Așa cum susține și D. Hume, celebrul filosof scoțian, cunoașterea depășește destul de puțin experiența directă deoarece experiența senzorială nu poate fi extinsă dincolo de obiectele accesibile în mod direct simțurilor noastre⁵⁴. Hume își exprimă cu vigoare rezerva vizavi de posibilitatea cunoașterii conexiunilor necesare din natură. Din punctul său de vedere, conceptul de *conexiune necesară* face parte dintr-un șir mai lung de concepte obscure și nesigure ce erau utilizate în metafizica acelor timpuri, din care mai făceau parte, printre altele, *puterea*, *forța* sau *energia*. Principiul de la care pleacă celebrul empirist este cel potrivit căruia orice idee pe care noi o avem nu este altceva decât copia, oglinda impresiilor noastre. Prin urmare, o analiză a ideii de conexiune necesară ar presupune identificarea și analizarea impresiilor corespunzătoare conexiunii în cauză. Făcând acest lucru, ne dăm seama că ceea ce filosoffii numesc *necesitate naturală* nu este în nici un fel perceput în lucrurile și fenomenele ce se întâmplă în jurul nostru. Ceea ce poate fi sesizat în exterior este numai faptul că unele evenimente urmează altora, dar nu poate exista vreo certitudine în legătură cu faptul că unele le-ar urma altora în mod necesar. „Spiritul nu resimte nici o trăire sau impresie *interioară* provenită din această succesiune de obiecte. Prin urmare, nu există, în nici un caz singular de relație între cauză și efect, ceva care să poată sugera ideea de forță sau conexiune necesară”⁵⁵. Practic, intelectul nu are puterea de a discerne în nici un eveniment particular acele calități sau forțe care ne-ar determina să credem că acel eveniment ar putea fi urmat, în mod necesar, de un altul, pe care l-am numi *efect*. Știm că anumite fenomene se însoțesc totdeauna unele cu altele, precum flacăra focului cu căldura sau gheața cu frigul, dar nimeni, niciodată, nu a putut să găsească acea forță, acel „ceva” necesar ce leagă lucrurile unele de altele. Practic, evenimentele lumii naturale se succed unele după altele, dar noi nu putem sesiza nici un fel de legătură necesară între ele. Dacă nu putem avea certitudinea că ideii de conexiune necesară i-ar corespunde ceva real în percepțiile noastre, atunci singura explicație pentru existența acestei idei ar fi că, într-un fel sau altul, ea se originează în facultățile noastre de cunoaștere.

Ideea de *conexiune necesară* apare datorită faptului că în mintea noastră sunt asociate, în mod repetat, două fenomene care, de obicei, apar unul după altul. Comentând această teză a empirismului, W.V.O. Quine va spune că „necesitatea rezultă din modul în care noi vorbim despre lucruri, iar nu din lucrurile despre care vorbim”⁵⁶. Ea ține de modul omenesc de a cunoaște, de a formula cunoașterea, și nu de structura reală a lumii.

Din cele analizate până aici, rezultă că o teorie empiristă asupra cunoașterii ne poate garanta faptul că există motive rezonabile să credem că avem acces cognitiv doar

⁵⁴ David Hume, *Cercetare asupra intelectului omenesc*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1987, p. 162.

⁵⁵ David Hume, *Op. cit.*, p. 137.

⁵⁶ W. V. O. Quine, *Ways of Paradox and Other Essays*, Harvard University Press, 1976, p. 174.

la fapte determinate, existente separat unele de altele, doar la individuali și la unele regularități direct observabile; pe de altă parte, o astfel de teorie nu ne poate asigura că putem cunoaște relațiile necesare existente între entitățile observate sau percepute. Ceea ce este identificat drept relație necesară s-ar putea să fie doar o asociere în mintea noastră între anumite idei. Prin urmare, dintr-o perspectivă pur empiristă, nu ne poate fi garantat faptul că avem realmente acces la lumea exterioară așa cum este ea, chiar dacă ideile simple, impresiile sau, așa cum vor spune empiriștii logici, enunțurile de observație reușesc să reflecte sau să oglindească obiecte, fapte individuale sau colecții de fapte individuale. Dacă lumea exterioară este un întreg ale cărui părți sunt conectate prin relații necesare, aceste conexiuni vor rămâne veșnic necunoscute, în ciuda pretenției empiriștilor că simțurile sunt conectate direct la fapte.

Concluzii asemănătoare decurg și din ideile gânditorului empirist contemporan A. J. Ayer. Acesta, în eseul *Basic Proposition* (1950), apără teza conform căreia judecățile de percepție sunt judecăți intrinsec evidente. Filosoful se întreabă pe ce considerente putem admite drept certe judecăți precum: „Acesta este un scaun”, „Aceasta este o mână omenească”, „În cameră se află mai multe tablouri”. Răspunsurile ce ar putea fi oferite la o astfel de întrebare sunt de genul următor: „Deoarece îl pot vedea”, „Deoarece o pot atinge”, „Deoarece le-am numărat”, „Deoarece eu îmi amintesc că l-am văzut” ș.a.m.d. Așadar, crede Ayer, o propoziție precum „Eu știu că acesta este un scaun” poate fi adevărată numai dacă propozițiile de forma „Văd”, „Ating”, „Îmi amintesc” sunt adevărate. Filosoful numește descrierile a ceea ce vedem, simțim sau a ceea ce percepem drept „enunțuri asupra datelor simțurilor”, iar cuvinte precum „a vedea”, „a atinge” sunt înțelese în așa fel încât sensul lor nu include faptul că ceea ce este perceput constituie un obiect fizic. În ultimă instanță, nici un enunț de genul „Acesta este un scaun” nu poate fi considerat adevărat atâta timp cât un anumit enunț asupra unor date senzoriale nu este adevărat.

Prin urmare, chiar dacă atunci când judec pot fi înșelat de un geniu rău, enunțuri de genul „Acest lucru este verde”, „Simt dureri de cap”, „Cred că îmi amintesc” sunt neîndoielnice în sensul că, atunci când vor fi înțelese prin raportare exclusivă la o experiență nemijlocită, adevărul sau falsitatea lor vor fi determinate în mod concludent de o regulă de semnificație a limbajului în care sunt exprimate. Aceasta deoarece există o serie de reguli care leagă anumite semne ale limbajului cu situații reale, reguli numite *reguli de semnificație*. A nega adevărul enunțurilor de genul celor de mai sus, în situațiile în care ele se referă la anumite situații reale, înseamnă a folosi în mod greșit limbajul. În acest sens, ele pot fi înțelese drept adevărate în mod cert și, în ordine epistemică, pot fi considerate propoziții de bază, adică propoziții pe care se pot întemeia alte propoziții⁵⁷.

Evaluând posibilitatea cunoașterii lumii exterioare, Ayer va formula un verdict categoric: „nu poate exista o cunoaștere *a priori* a realității. Aceasta pentru că (...) adevărurile rațiunii pure, propozițiile pe care noi le cunoaștem ca fiind valide independent de întreaga experiență, sunt astfel tocmai în virtutea lipsei lor de conținut factual. [Prin contrast], propozițiile empirice sunt toate ipoteze care pot fi confirmate

sau infirmate în sensul actual al experienței”⁵⁸. Așadar, *pe de-o parte*, cunoștințele *a priori* sunt posibile tocmai pentru că nu se referă la stări de lucruri ale acestei lumi, iar a afirma că poți cunoaște lumea *a priori* înseamnă a susține un non-sens. Regăsim formulată aici una dintre cele mai importante dogme ale empirismului. *Pe de altă parte*, cunoștințele referitoare la stările de lucruri ale acestei lumi sunt posibile deoarece datele senzoriale sunt neîndoielnice, iar propozițiile ce exprimă experiențele senzoriale sunt conectate prin reguli de semnificație clare la obiectele accesate cognitiv prin experiența nemijlocită.

Din cele arătate până acum, este evident că filosofia de tip empirist pleacă de la premisa existenței unei relații privilegiate între ideile noastre simple, sau impresiile noastre, sau judecățile de percepție și obiectele percepute. Generic vorbind, empiriștii cred că judecățile de percepție, în virtutea relației lor directe cu obiectele percepute, sunt în mod intrinsec evidente și pot să ne informeze neîndoielnic asupra caracteristicilor acestora. Într-un anumit sens, ele oglindesc, reflectă proprietățile obiectului. Totuși, nu toți empiriștii sunt de acord cu statutul privilegiat al adevărilor perceptuale și cu faptul că ele ar fi intrinsec evidente datorită faptului că întrețin o relație privilegiată cu obiectele percepute. Quine, de pildă, va demonstra că sensul și adevărul enunțurilor perceptuale nu sunt dependente numai de obiectele percepute, ci și de o serie de ipoteze analitice anterioare.

(2) Există o conexiune specială între simțuri și lucruri? Dacă filosofii raționaliști moderni aveau o neîncredere de tip dogmatic în datele furnizate de simțuri, Immanuel Kant a fost primul filosof care a încercat să demonstreze faptul că, în principiu, nu poate să existe o conexiune specială între sensibilitate și lucrurile lumii externe. Dacă ar exista o astfel de legătură specială, cunoașterea ar deriva imediat din sensibilitate; dar nici un gen de cunoștință nu poate să apară astfel. După Kant, trebuie să facem o distincție clară între *conținutul cunoașterii*, pe de-o parte, și *forma cunoașterii*, pe de altă parte. Conținutul cunoașterii este asigurat de impresiile senzoriale, de intuiții, pe când forma cunoașterii derivă din formele pure *a priori* ale sensibilității (spațiul și timpul) și intelectului (cele doisprezece categorii). Doar pentru faptul că sunt ordonate și sintetizate prin intermediul formelor *a priori*, intuițiile sensibile pot contribui la geneza unei cunoștințe. Prin urmare, cunoașterea implică atât *receptivitatea sensibilității*, care ne oferă intuiții, cât și *spontaneitatea intelectului*, ca facultate a gândirii prin concepte; sensibilitatea nu poate gândi nimic, iar intelectul nu poate intui nimic; intuițiile fără concepte sunt oarbe, conceptele fără intuiții sunt goale⁵⁹. Ideea că am putea cunoaște ceva doar în baza intuițiilor sensibile, în absența intervenției formelor *a priori*, este, principal vorbind, lipsită de orice justificare.

W. V. O. Quine, în *Word and Object* (1960), aducând în discuție într-un nou context – cel al investigării posibilității „traducerii radicale” – problema înțelesului propozițiilor și expresiilor aparținând limbajelor naturale și, în particular, a enunțurilor de percepție, va pune, implicit, și problema conexiunii dintre simțuri și lucruri. Credem că analizele și argumentele lui Quine, chiar dacă au fost formulate într-un context ce

⁵⁸ *Idem, Language, Truth and Logic*, Dover Publications, New York, 1952, pp. 86-94.

⁵⁹ Immanuel Kant, *Critica rațiunii pure*, Editura Științifică, București, 1969, p. 61.

ține, mai degrabă, de ontologie și filosofia limbajului, au și o relevanță epistemologică. Așa cum vom evidenția mai departe, credem că putem fi de acord cu faptul că, în măsura în care simpla stimulare senzorială este insuficientă pentru a stabili semnificația unei expresii, putem trage concluzia că simpla stimulare senzorială nu va fi suficientă nici pentru a cunoaște obiectul perceput. Mai mult, putem considera conexiunea epistemică precară dintre minte și obiect una dintre cauzele „inscrutabilității referinței”, cât și, implicit, una dintre condițiile ce determină imposibilitatea de a stabili semnificația certă a unei expresii. A cunoaște o entitate sensibilă este un proces ce presupune mult mai mult decât simpla sa percepere; dacă nu ar fi astfel, ar trebui să acceptăm faptul că există animale ce posedă cunoștințe despre lumea înconjurătoare mai bogate decât noi deoarece posedă o capacitate de discriminare senzorială mult mai mare decât a noastră.

În capitolul al II-lea al lucrării amintite mai sus, intitulat *Translation and Meaning*⁶⁰, Quine construiește un experiment mental, numit al “traducerii radicale”, cu intenția de a lămuri măsura în care oamenii se pot înțelege prin limbaj în genere și măsura în care există o relație privilegiată între enunțurile de percepție și obiectele percepute. Situația concretă de la care pleacă este cea a posibilităților pe care le avem pentru a înțelege unele enunțuri formulate într-un limbaj necunoscut. Această situație, a “traducerii radicale”, vizează măsura în care pot fi traduse în engleză⁶¹ enunțurile formulate de un membru al unui trib ce nu a intrat niciodată în contact cu civilizația. Quine imaginează o situație în care un lingvist intră în contact cu un astfel de trib, iar unul dintre membrii acestuia arată, la un moment dat, înspre un iepure și rostește: “Gavagai”. Ce ar trebui să înțeleagă lingvistul prin acest enunț, aparent, de percepție? Datorită faptului că limba engleză este total deosebită de limba vorbită de băștinaș, datorită faptului că nu există un interpret, lingvistul trebuie să încerce să înțeleagă acest enunț plecând de la contextul în care a fost folosit. „Toate datele de care dispune atunci lingvistul nostru pentru a se descurca în tentativa lui de întocmire a unui dicționar – în fapt, a unui manual de traducere – se rezumă la comportamentul extern observabil, vocal și de altă natură, al vreunui băștinaș ales ca informant și la circumstanțele observabile în care acest comportament se manifestă”⁶². Plecând de la acel cuvânt rostit de băștinaș, lingvistul ar putea crede că el se referă fie la un anumit tip de stimulare senzorială, fie la o entitate exterioară, la un iepure. Dacă este vizată o stimulare senzorială, atunci aceasta poate modifica capacitatea de a determina rostirea cuvântului „Gavagai” deoarece există variații de unghi, luminozitate și contrast coloristic, cu toate că iepurele rămâne același⁶³.

Dacă băștinașul se referă la iepure, iar nu la o anumită modalitate de stimulare senzorială, „Gavagai” ar putea însemna: „Iepure”, „Iată un iepure”, „Acesta este un iepure”, dar și „Animal”, „Rozător” sau „Alb”. Pe baza stimulărilor senzoriale, lingvistul poate dobândi doar un posibil înțeles empiric al lui „Gavagai”. Dar, într-o

⁶⁰ W. V. O. Quine, *Word and Object*, Technology Press of the Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Massachusetts, 1960, pp. 26-79.

⁶¹ Poate fi vorba de oricare altă limbă modernă.

⁶² Ion C. Popescu, *Corabia lui Tezeu sau empirismul fără dogme*, Editura Paideia, București, 1997, pp. 34-35.

astfel de eventualitate, o traducere a lui „Gavagai” ar implica o corelare cu stimulări non-verbale. Înțelesul empiric sau înțelesul dobândit în urma stimulării senzoriale al unui enunț pentru un subiect rezumă dispoziția sa de a accepta sau respinge enunțul ca răspuns al stimulării prezente⁶⁴. „Gavagai” are un înțeles empiric corect pentru băștinaș, nu însă și pentru lingvist Altfel spus, „Gavagai” este un enunț perceptual care se referă la o realitate bine determinată pentru băștinaș, așadar, un enunț evident; dimpotrivă, pentru lingvist nu este tocmai clar dacă enunțul reprezintă, într-adevăr, unul perceptual sau unul ce nu este intrinsec evident. Pentru a deveni evident, lingvistul ar trebui să poată stabili care variantă dintre enunțurile mai sus amintite ar putea traduce cel mai bine „Gavagai”. Simplul experiment ostensiv, nesușinut de o stăpânire a aparatului individual al limbajului băștinașilor („acesta”, „același cu...”, „e deosebit de...” nu-i permite însă lingvistului identificarea corectă a referinței, a obiectului⁶⁵.

Toate acele enunțuri prin care lingvistul ar putea traduce sintagma „Gavagai” au fost denumite de Quine *enunțuri de ocazie*. Ele pot fi adevărate sau false, în funcție de momentul, locul sau contextul acțional în care sunt formulate. Dacă lingvistul ar putea să învețe cuvintele pe care băștinașul le folosește pentru „da” și pentru „nu”, bazându-se pe structurile similare ale receptorilor senzoriali, ar putea prelua inițiativa în discuție. Repetând cuvântul „Gavagai” și arătând spre diverse obiecte și vietăți, spre diverși iepuri de diverse culori, înțelegând răspunsurile de genul „Da” sau „Nu” oferite de băștinaș, lingvistul ar putea deduce că „Gavagai” se traduce prin „Iepure”. „Asta nu înseamnă decât că el presupune despre informant că ar putea folosi «Gavagai» în aceleași condiții în care el însuși ar folosi «Iepure»”⁶⁶. În aceste condiții, ar putea stabili că ceea ce este un adevăr perceptual pentru băștinaș, „Gavagai”, este același cu propriul său enunț perceptual „Iată un iepure”.

Am văzut cum stimularea senzorială, simpla percepție nu a fost suficientă pentru a-l putea determina pe lingvist să dobândească un înțeles exact al sintagmei „Gavagai” și, implicit, pentru a o considera un enunț evident prin el însuși. Abia prin infirmarea sau confirmarea unor propoziții de ocazie de către băștinaș, lingvistul poate dobândi unele temeuri pentru a accepta drept înțeles al lui „Gavagai” cuvântul „Iepure”. În fapt, traducerea, în măsura în care putut fi realizată, nu s-a bazat pe identitatea înțelesurilor conferite de stimularea senzorială, ci pe aproximarea semnificativului pe care l-ar putea avea diversele înțelesuri obținute prin stimulare senzorială⁶⁷. Procesul de aproximare a fost posibil prin „formularea” unor propoziții de ocazie de către lingvist și confirmarea sau infirmarea lor de către băștinaș, adică prin însușirea aparatului individual al limbajului băștinașilor. Transpunând această concluzie în cheie epistemologică, am putea spune că situația ne atrage atenția asupra unei chestiuni de principiu: procesele de tip perceptual nu sunt suficiente pentru a ajunge la cunoașterea unui obiect perceput. Informația oferită de datul senzorial trebuie corelată cu informația preexistentă într-o serie de alte opinii pentru a ajunge la cunoaștere; în alte condiții, chiar dacă este vorba

⁶³ W. V. O. Quine, *Word and Object*, p. 31.

⁶⁴ *Ibidem*, p. 34.

⁶⁵ Ilie Pârvu, *Arhitectura existenței*, vol. II, Editura Paideia, București, 2001, p. 144.

⁶⁶ Ion C. Popescu, *Op. cit.*, p. 36.

⁶⁷ W.V. Quine, *Op. cit.*, p. 40.

despre o entitate accesibilă senzorial, pretențiile de cunoaștere ar fi nejustificate.

Așadar, lingvistul a putut obține o traducere, în sensul precizat mai sus, a cuvântului „Gavagai” nu doar pe baza unei similarități a stimulării senzoriale existentă între el și băștinaș, ci luând în calcul și propozițiile de ocazie formulate în timpul „dialogului” pe care l-a avut cu băștinașul. Sintagma „Iată un iepure!” este sinonimă din punct de vedere cognitiv cu sintagma cu același înțeles empiric „Gavagai” și, numai în acest sens, reușește și să o traducă. Totalitatea condițiilor de stimulare senzorială și cognitivă îl pot împinge pe lingvist să accepte „Iată un iepure!” pentru „Gavagai”.

Filosoful crede că enunțurile cognitive perceptuale nu sunt dependente numai de o așa-zisă relație privilegiată cu obiectul perceput. Altfel spus, semnificațiile expresiilor ce apar în limbajul observațional nu sunt dependente doar de relațiile expresiilor cu obiectele. În ultimă instanță, orice cunoaștere de tip perceptiv este mediată și făcută posibilă de o cunoaștere de tip teoretic, de un set de ipoteze analitice; enunțurile perceptiv devin cunoștințe prin relația lor cu setul de ipoteze analitice îmbrățișate de către utilizatorii limbajului respectiv. Dacă lingvistul interesat de înțelegerea acelei limbi ar reuși să deprindă suficient din vocabularul și din gramatica limbii băștinașilor, dar ar înțelege și setul de ipoteze analitice pe care băștinașii le îmbrățișează în mod tacit, ar putea transpune în propriul său limbaj aproape orice enunț al băștinașului. Dacă într-o zi cineva i-ar spune „Vino repede, a intrat demonul în Oio-Oio”, lingvistul ar putea traduce acest enunț prin „Oio-Oio are o criză de epilepsie. Trebuie să încerc să-l ajut”. Traducerea nu a făcut-o literal, ci „el a parafrazat propoziția băștinașă despre posesiunea demoniacă într-una proprie despre atacul de epilepsie; cu toate acestea, funcția de comunicare a limbajului s-a realizat perfect, fiecare dintre comunicanți comportându-se așa cum ceilalți se așteptau să o facă”⁶⁸.

Înțelegerea acestui enunț al băștinașului pare a fi apropiat de procesul înțelegerii expresiei „Gavagai”. Aceasta numai în aparență, căci înțelegerea acestui enunț este mediată teoretic. Unul și același fapt este descris și înțeles într-un anumit fel plecându-se de la teoria ce explică anumite simptome prin acțiunea demonilor și, într-un cu totul alt mod, plecându-se de la teoria ce susține că epilepsia se manifestă prin anumite simptome. Interesant este că lingvistul, în primă instanță, nu are acces la faptul ca atare, nu posedă o stimulare senzorială din partea acestuia, ci are acces doar la enunțul băștinașului. El reușește să traducă acest enunț nu printr-o sinonimie de tip mecanic, printr-o înlocuire automată a unor cuvinte, ci încercând să-și de seama care dintre ipotezele sale analitice ar putea corespunde teoriei ce se găsește în spatele enunțului formulat de băștinaș. Motivele pentru care cele două teorii diferite nu determină discrepanțe în acțiune, lingvistul și băștinașii reușind să se înțeleagă și să acționeze convergent, trebuie căutate în faptul că ambele teorii sunt coerente cu același set de enunțuri perceptuale. Astfel, înțelegerea și interpretarea oricărei propoziții cu sens este posibilă, după Quine, dacă acea propoziție poate fi tradusă prin una ce vizează aspecte ale experienței imediate.

Datorită faptului că, de cele mai multe ori, expresiile ce apar în enunțuri perceptuale sunt fie vagi (nu se poate stabili cu certitudine clasa obiectelor ce le

⁶⁸ Ion C. Popescu, *Op. cit.*, pp. 41-42.

alcătuiesc extensiunea), fie ambigue (pot fi aplicate unuia sau mai multor obiecte în același timp), referința rămâne, de cele mai multe, ori inscrutabilă sau vag determinată. Acest fapt ar trebuie să ne facă să înțelegem că, în măsura în care nu există o conexiune specială între cuvinte și lucruri, nu există nici o conexiune specială între enunțurile de percepție și lucruri, iar dacă nu există o legătură specială între enunțurile perceptive și lucruri, nu avem nici o rațiune pentru a susține că există o legătură cognitivă specială între simțuri (facultatea ce face posibilă percepția) și lucruri. Prin urmare, posibilitatea cunoașterii pur perceptuale ar trebui considerată mai degrabă un mit. Ceea ce numim cunoaștere perceptuală nu este, pur și simplu, o cunoaștere directă, imediată a obiectului și a proprietăților sale; dacă ar lipsi cu desăvârșire posibilitatea conectării datelor obținute prin percepție cu o serie de ipoteze analitice anterioare, cele mai multe dintre percepțiile noastre ar fi oarbe, lipsite de o dimensiune cognitivă.

(3) Limitele abordării empiriste a cunoașterii. Așa cum am reieșit și din analizele întreprinse până acum, epistemologia empiristă pleacă de la acceptarea necritică a câtorva supoziții discutabile; cei care au criticat empirismul și-au exprimat rezervele în primul rând față de aceste supoziții. Dacă ar fi să sintetizăm, principalele supoziții ale epistemologiei empiriste sunt următoarele:

- (A) *Există o legătură specială între simțuri și obiectele percepute;*
- (B) *Putem cunoaște neproblematic faptele individuale;*
- (C) *Organele noastre de simț funcționează ca instanțe de validare a cunoștințelor;*
- (D) *Intellectul are o funcție preponderent receptivă;*
- (E) *Conceptele noastre abstracte derivă din datele sensibile;*
- (F) *Raționamentele de tip inductiv constituie fundamentul logic al oricărui demers cognitiv;*
- (G) *Cunoștințele rezidă în idei (entități psihologice), și nu în propoziții (entități logice și epistemice).*

Una dintre cele mai consistente atitudini critice față de principiile epistemice acceptate neproblematic de către filosofii empiriști îi aparține lui Karl Popper. Celebrul filosof austriac crede că sentința evaluării consistenței programului empirist în teoria cunoașterii depinde de răspunsul la întrebarea: *este observația sursa ultimă a cunoștințelor noastre despre natură?*⁶⁹. Un răspuns negativ ar implica o răsturnare radicală a epistemologiei empiriste, cât și o punere într-o lumină nefavorabilă a premiselor pe care se bazează doctrina empiristă în ansamblu.

Totuși, Popper pleacă de la posibila acceptare a unui răspuns afirmativ la această întrebare și încearcă să înțeleagă logica empiristă, logica ce face cu puțință o asemenea opțiune. El este convins că filosofii empiriști, încercând să dea un răspuns problemei surselor cunoașterii, cred că în momentul în care cineva formulează o aserțiune, aceasta ar trebui justificată în sensul că trebuie să putem răspunde la întrebări precum: *De unde știi? Care sunt sursele aserțiunii tale?* și, în ultimă instanță, *Ce observații stau la baza*

⁶⁹ Karl R. Popper, "Despre sursele cunoașterii și ale ignoranței", în vol. *Conjecturi și infirmări*, Editura Trei, București, 2001, p. 34.

*aserțiunilor tale?*⁷⁰. Filosoful austriac crede că logica acestor întrebări este greșită și totalmente nejustificată. Altfel spus, chiar dacă aserțiunile trebuie întemeiate, procesul de justificare nu trebuie să trimită în nici un fel la „observații”, ca la o instanță sau autoritate ce ne-ar garanta cunoașterea. Procesul de justificare, de întemeiere este unul logic și presupune identificarea altor aserțiuni pe baza cărora am fi îndreptățiți să susținem o nouă aserțiune, și nu a unor facultăți sau procese cognitive „apte să garanteze cunoașterea”. Or, dacă simțurile nu sunt astfel de surse, nici „produsele lor cognitive” – *observațiile* sau *enunțurile de observație* – nu pot fi socotite instanțe care pot să garanteze, la modul ultim, cunoașterea.

Teza empiristă conform căreia temeiul unei judecăți trebuie să trimită la observații presupune ideea că percepțiile, adică fenomene de ordin psihologic, ar putea întemeia propoziții, adică entități logice. Mai mult, poziția empiristă presupune faptul că o anumită sursă a cunoașterii – în speță, *observația* – ar putea întemeia cunoașterea. Or, crede Popper, ideea conform căreia ar exista o sursă demnă de încredere, observația, de pildă, o sursă care ar avea puterea de a întemeia în mod garantat cunoașterea, este profund greșită. Așa cum aminteam și mai sus, întemeierea cunoașterii este o chestiune logică, un proces normativ, unul ce nu implică în nici un fel apelul la tipul surselor cunoașterii. „Greșeala fundamentală pe care o face teoria filosofică despre sursele ultime ale cunoașterii noastre este că nu distinge cu destulă claritate între chestiunile privind originea și chestiunile privind validitatea (...) În general însă cele două chestiuni sunt distincte; și, în general, nu testăm validitatea unei aserțiuni sau informații căutându-i sursele sau originea, ci o testăm, mult mai direct, examinând critic ceea ce s-a asertat – faptele asertate înseși”⁷¹. Concluzia lui Karl Popper va fi aceea că întrebarea filosofilor empiriști „*Ce observații stau la baza aserțiunilor tale?*” este una greșit pusă. Și aceasta nu pentru că ar fi o întrebare inexactă sau neglijent adresată, ci tocmai pentru că o astfel de întrebare pleacă de la presupunerea greșită conform căreia ar exista o sursă care garantează valabilitatea cunoașterii și că această sursă ar fi *datul senzorial*. Popper subliniază că, indiferent de sursa invocată – datul senzorial sau ideile clare și distincte, aceasta nu poate fi considerată, în mod absolut, sursă-autoritate sau sursă care întemeiază cunoașterea.

Orice întrebare privind sursele este una *genetică*, prin urmare, lipsită de relevanță în chestiunile *de drept*, în chestiunile privind validitatea sau întemeierea. Așadar, departe de a fi surse ultime, simțurile și datele noastre senzoriale nu au nici o relevanță într-o discuție privind validitatea unei cunoștințe. „Știința nu reprezintă o simplă digerare a datelor senzoriale care pătrund în noi prin intermediul ochilor și urechilor și sunt supuse unui proces de «fermentație» urmând ca să le relaționăm asociativ și apoi să le transformăm în teorii. Știința se compune din teorii care sunt opera noastră. Noi *construim* teoriile, noi ieșim cu ele în lume; noi cercetăm activ lumea și căutăm să vedem ce informații îi putem smulge. Ea nu ne oferă informații dacă nu o supunem unei interpelări, mai precis dacă nu o întrebăm cu privire la corectitudinea sau falsitatea unei teorii sau alteia. Apoi încercăm să cercetăm temeinic aceste întrebări, fără

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ *Ibidem*, p. 38.

a ajunge vreodată la certitudine”⁷². Simțurile pot fi surse de opinii, dar nu pot garanta că o opinie ce se originează în activitatea senzorială este o cunoștință.

Pe lângă faptul că filosofii empiriști pleacă de la teza existenței unei relații speciale între simțuri și realitate, o altă supoziție fundamentală ce explică specificul epistemologiei empiriste este înțelegerea minții drept entitate pasivă în raport cu datele sensibile. Popper caracterizează acest punct de vedere drept „teoria găleții”, pentru că cei care împărtășesc această teorie își reprezintă mintea noastră ca pe o găleată, la început goală, în care materia cunoașterii intră încetul cu încetul, pentru a fi apoi prelucrată; cunoașterea s-ar câștiga prin acumularea și prelucrarea impresiilor senzoriale. În procesul înregistrării informației primare, mintea ar fi pur receptivă; noile cunoștințe ar apărea în procesul prelucrării informațiilor primare, iar caracterul nemijlocit al acestora ar fi condiția validității cunoașterii. Însă, spune Popper, cunoașterea ia naștere nu printr-o receptare pasivă a datelor de experiență, ci prin testarea unor ipoteze ce sunt, în mare măsură, rodul imaginației noastre creative.

Așa cum am constatat și atunci când am analizat perspectiva epistemologică propusă de Locke, filosofii empiriști admit, în principiu, faptul că fără noțiuni, idei sau concepte nu e posibilă cunoașterea; dar, dacă sursa ultimă a cunoașterii sunt datele senzoriale, apare drept legitimă întrebarea: „Cum au luat naștere ideile sau conceptele?”; unii filosofi empiriști au susținut că noțiunile iau naștere din impresii senzoriale prin abstractizare, adică prin separarea a ceea ce e general și esențial de ceea ce e individual, neesențial, contingent, precum și prin menținerea determinațiilor considerate esențiale, separate de ceea ce e individual; datorită susținerii unui astfel de poziții, empirismul clasic a fost caracterizat drept un *empirism al conceptelor*.

Pe de altă parte, teza *primatului abstractizării* în dobândirea conceptelor se corelează cu teza *primatului inducției*, ca tip de logică ce face posibilă cunoașterea. Am arătat mai sus faptul că, după filosofii empiriști, nu putem ajunge la cunoașterea conexiunilor necesare din natură dacă vom stabili modul „corect” în care se desfășoară achiziția senzorială și dacă stabilim genul de entități ce pot fi accesate senzorial. Cu toate acestea, prin generalizarea observațiilor despre fapte, înțelese drept pure constatări, pot fi formulate enunțuri generale ce exprimă regularități și legi. Acest tip de raționare este ceea ce Popper a numit „teoria psihologică a inducției”. Or, am constatat că, după filosoful austriac, acest gen de raționament este unul greșit, unul care se bazează pe mitul că datele senzoriale pot să întemeieze enunțuri.

Criticii teoriei psihologice a inducției subliniază că existența regularităților este, mai degrabă, o așteptare inconștientă, iar căutarea lor este o dispoziție de comportare înăscută; constatarea unei repetări, a unei regularități în fluxul experienței noastre reprezintă nu atât rezultatul unei operațiuni de abstractizare reușite, cât, mai degrabă, *confirmarea unei ipoteze prealabile*; după Popper, repetările nu se impun prin simpla comparare a datelor de observație, ci în lumina unor așteptări inconștiente sau a unor ipoteze explicite; așteptarea de a găsi repetări în datele observației este *a priori*, din punct de vedere psihologic. Oricât de mult am încerca să derivăm noțiunile de bază ale

⁷² Karl R. Popper, Konrad Lorenz, *Viitorul este deschis. O discuție la gura sobei*, Editura Trei, București, 1997, p. 46.

științei din date senzoriale prin inducție și abstractizare, lucrul acesta ar fi imposibil. Acesta cu atât mai mult cu cât știința contemporană utilizează multe noțiuni ce desemnează entități teoretice sau non-observabile. Luând în calcul toate aceste aspecte, am putea spune că Popper deține argumente solide pentru a susține faptul că noțiunile fundamentale ale științei sunt *invenții* ce se impun prin utilitatea lor în coordonarea economică a datelor experienței, prin utilitatea lor în sfera explicației și predicției.

Următorul subcapitol va fi dedicat expunerii și analizării soluțiilor pe care filosofii raționaliști le-au propus și apărât la problemele ridicate de cercetarea surselor cunoașterii.

(B) Rolul rațiunii în geneza cunoașterii. Filosofia raționalistă pleacă de la premisa că fundamentul întregii cunoașteri omenești constă în operațiunile facultăților superioare de cunoaștere, *intelectul și rațiunea*. Așa cum pentru filosofii empiriști sursa autentică, garantată, a cunoașterii era reprezentată de experiența senzorială și pentru raționaliști există o sursă legitimă a cunoașterii: *procesele ce fac posibilă gândirea*. Mai exact, majoritatea filosofilor raționaliști clasici cred în posibilitatea rațiunii umane de a cunoaște *a priori* o serie de principii necesare ale fizicii, ale matematicii, logicii sau moralei. Pe de altă parte, o parte dintre raționaliștii contemporani cred că orice cunoștință științifică își are originea într-un efort creator al rațiunii umane, efort ratificat sau respins prin teste din ce în ce mai severe, iar problemele societății umane pot fi rezolvate prin argumente și printr-o critică constructivă a acestora. „Raționalismul epistemologic” este o sintagmă folosită în special pentru a pune în evidență specificul filosofiilor anti-empiriste, filosofii de tipul celor susținute de Descartes, Malebranche, Spinoza sau Leibniz. Principalele trăsături ale acestui tip de epistemologie sunt următoarele:

- (A) *Încrederea în certitudinea oferită de științele de tip matematic;*
- (B) *Credința în existența unei metode garantate de cunoaștere;*
- (C) *Încrederea în posibilitățile rațiunii umane de a sesiza și furniza adevărul corelată cu neîncrederea în datele obținute pe cale senzorială;*
- (D) *Credința în existența ideilor înnăscute.*

Ne vom ocupa mai întâi de explicitarea motivelor pentru care filosofii raționaliști credeau că sunt îndreptățiți să accepte ideea existenței unei metode ce putea garanta cunoașterea și faptul că rațiunea posedă puteri cognitive, în esență, infailibile.

(1) Metodă și adevăr în epistemologia raționalistă clasică. În conformitate cu una dintre cele mai importante presupoziiții îmbrățișate de adepții raționalismului clasic, opiniile întemeiate și adevărate ar trebui organizate în conformitate cu exigențele unui sistem axiomatic. Conform acestei metode de organizare a cunoașterii, există câteva adevăruri evidente sau elementare din care pot fi deduse logic toate celelalte adevăruri ce se referă la un gen anume de entități. Aceste câteva adevăruri evidente au fost considerate inițial expresii ale unor principii teologice sau metafizice. Totuși, în organizarea axiomatică a cunoașterii nu a primat ideea filosofică conform căreia principiile existenței ar trebuie să fie, în egală măsură, și principii ale cunoașterii, cât, mai degrabă, o anumită tradiție statornicită în expunerea adevărurilor matematicii. Pentru raționaliștii clasici, *Elementele* lui Euclid a fost lucrarea care a servit drept model pentru edificarea deductiv-geometrică a unui sistem de cunoștințe. Realizarea cea mai

remarcabilă din filosofie în această direcție rămâne lucrarea lui Spinoza, *Etica*. Pe baza unor definiții și axiome, Spinoza reușește să deducă un întreg sistem de „cunoștințe” cu privire la natura divinității, la natura și originea sufletului, la natura și originea afectelor, cu privire la condiția umană și la puterea intelectului.

Totuși, nu toți filosofi raționaliști clasici au manifestat același entuziasm pentru folosirea și, implicit, pentru virtuțile unei metode geometrico-deductive stricte de expunere a cunoașterii. Mersenne, cel care alcătuiuse al doilea set de obiecții la adresa *Meditațiilor* lui Descartes, a sugerat că argumentele celebrului filosof francez puteau fi mai constrângătoare dacă erau formulate într-o manieră mai formală, adică dacă ar fi fost construite în conformitate cu rigorile metodei geometrice. Replica lui Descartes a fost aceea că, deși demonstrațiile construite având drept punct de plecare anumite axiome ar fi mult mai adecvate pentru geometrie unde axiomele și conceptele de bază pot fi acceptate aproape neproblematic de către oricine, ele sunt mult mai puțin adecvate pentru a răspunde exigențelor presupuse de o bună expunere a adevărurilor metafizicii; motivul ar fi acela că principiile și conceptele fundamentale ale metafizicii sunt deseori în contradicție cu opiniile comune, cu cele fundamentate în concordanță cu datele furnizate de simțuri și cu care ne-am obișnuit încă de la începuturile vieții noastre. „Căci primele noțiuni, presupuse pentru a dovedi afirmațiile geometriei, sunt primite lesne de către oricine, întrucât se potrivesc cu sensibilitatea; singura greutate în materie de geometrie este să tragi cum trebuie încheierile. În schimb în chestiunile metafizicii, greutatea e tocmai să concepi limpede și distinct primele noțiuni. Și deși, adaugă autorul, ele sunt în fond mai limpezi decât cele din geometrie, totuși fiindcă avem în noi multe prejudecăți de origine senzorială, greșim adesea în privința lor”⁷³. Din acest motiv, Descartes credea că metoda geometrică, cea care deduce toate cunoștințele unui domeniu din adevăruri și concepte evidente într-o manieră absolut constrângătoare, este adecvată doar geometriei, și nu metafizicii. În metafizică nu este important atât ceea ce este susceptibil de dovadă, cât ceea ce poate fi sursă a meditației apte să ne îndepărteze de aparență sau de prejudecata simțului comun.

Fascinația, mai mult sau mai puțin îndreptățită, pentru certitudinea oferită de organizarea deductivă, de tip matematic, a științelor a avut drept consecință filosofică teza modernilor, absolut nouă în istoria filosofiei, conform căreia cunoașterea poate fi dobândită doar dacă este identificată și urmărită o serie de reguli stricte; altfel spus, filosofi moderni își manifestau încrederea în existența unor *metode garantate de cunoaștere*. Poate că cel mai celebru efort de identificare a unei astfel de metode îi aparține lui Descartes. În celebrul său *Discurs*, filosoful francez arată faptul că atât logica, atât metoda geometrică, cât și cea algebrică sunt nesatisfăcătoare pentru cercetarea filosofică: *prima* servea mai mult la statornicirea unor lucruri deja știute; *a doua* se limita la studiul figurilor, iar operațiile intelectului erau condiționate de munca imaginației; *a treia* ne conduce în situația în care ajungem să fim dominați de reguli și cifre, încât metoda obținută este o artă confuză și obscură care mai mult încurcă

⁷³ René Descartes, „Meditații despre filosofia primă”, în vol. *Două tratate filosofice*, Editura Humanitas, București, 1992, p. 323.

spiritul⁷⁴. Metoda căutată de Descartes era una aptă să preia virtuțile acestor trei metode deja consacrate, dar care să nu le moștenească neajunsurile.

Celebra metodă construită de filosof cuprinde patru reguli distincte, patru reguli ce descriu traseul pe care ar trebui să-l urmeze rațiunea pentru a atinge certitudinea deplină. *Prima regulă* „era de a nu accepta niciodată un lucru ca adevărat dacă nu-mi apărea astfel în mod evident; adică de a evita cu grijă precipitarea și prejudecata și de a nu introduce nimic în judecățile mele decât ceea ce s-ar prezenta clar și distinct spiritului meu, neputând nicidecum să fie pus la îndoială”⁷⁵. Această regulă, numită și „a evidenței”, stabilește existența unei legături necesare între adevăr și evidență; o idee este evidentă doar în condițiile în care se impune imediat și prin sine. E. Gilson crede că această regulă cuprinde două părți distincte: în *primul rând*, este vorba despre enunțarea principiului evidenței; în *al doilea rând*, sunt indicate acele condiții pe care, dacă o idee le va satisface, atunci acea idee va fi evidentă (nemijlocită și simplă). Cele două condiții sunt *claritatea și distincția*⁷⁶. O idee clară este una ce nu conține contradicții, iar o idee distinctă este cea care se deosebește neproblematic de alte idei. O idee absolut clară este obligatoriu și distinctă; pe de altă parte, o idee distinctă este în mod obligatoriu clară. Marea problemă este aceea că doar un număr extrem de restrâns de idei pot fi considerate clare și distincte („eu gândesc”, „doi plus doi fac patru”). Datorită acestui fapt, Cottingham crede că Descartes, în tentativa sa de a construi un sistem coerent al cunoașterii, a fost silit să accepte ipoteze care nu satisfac exigențele austere impuse chiar de el însuși⁷⁷.

A *doua regulă* stabilită de Descartes era aceea „de a împărți fiecare dificultate analizată în câte fragmente ar fi posibil și necesar pentru a fi mai bine rezolvate”⁷⁸. Cea de-a doua regulă este numită *regula analizei*. Această regulă este împrumutată din geometria esoterică; așa cum ne spune și Descartes în răspunsurile la al doilea șir de întâmpinări, „analiza înfățișează «adevăratele cale prin care un lucru a fost găsit în chip metodic» și face să se arate cum atârnă efectele de cauze”⁷⁹. Filosoful francez este convins că regula analizei este partea cea mai importantă a metodei pentru că ea este mai adevărată, mai apropiată de invenție și mai ușor de predat. În conformitate cu această regulă, trebuie să cercetăm fiecare obiect până ajungem la naturile simple care îl alcătuiesc, care îl fac posibil.

Cea de-a *treia regulă* stabilită de filosoful francez suna astfel: „a-mi conduce în ordine gândurile, începând cu obiectele cele mai simple și mai ușor de cunoscut, pentru a mă ridica puțin câte puțin, ca pe niște trepte, la cunoașterea celor mai complexe și presupunând o ordine chiar între cele care nu se succed în mod firesc”⁸⁰. Această regulă, numită și *regula sintezei*, ne arată că orice lucru descompus în naturile sale simple trebuie *reconstruit și reunificat* în virtutea unei reguli inteligibile. În sinteză, drumul

⁷⁴ *Idem*, *Discurs despre metodă*, Editura Academiei Române, București, 1990, p. 121.

⁷⁵ *Ibidem*, p. 122.

⁷⁶ E. Gilson, R. Descartes, *Discours de la Méthode. Texte et Commentaire*, J. Vrin, Paris, 1925, pp. 197-198.

⁷⁷ John Cottingham, *Raționaliștii: Descartes, Spinoza, Leibniz*, Editura Humanitas, București, 1998, p. 74.

⁷⁸ René Descartes, *Discurs despre metodă*, p. 122.

⁷⁹ *Idem*, „Meditații despre filosofia primă”, în vol. *Două tratate filosofice*, p. 322.

⁸⁰ *Idem*, *Discurs despre metodă*, p. 122.

parcurs este unul invers decât cel parcurs în analiză: dinspre elementele simple către întregul complex. Reconstrucția obiectului, în conformitate cu o regulă inteligibilă, din elementele sale simple presupune faptul că elementele de la care se pleacă sunt într-adevăr ultime (fundamentale), iar regula pe baza căreia se reconstruiește obiectul trebuie să fie o lege ce surprinde chiar structura acelui gen de obiect.

Ultima regulă formulată de Descartes este aceea „de a face peste tot enumerări atât de complete și revizuiți atât de generale, încât să fiu sigur că nu am omis nimic”⁸¹. Ultima componentă a metodei carteziene, numită și *regula enumerării*, nu poate fi socotită o veritabilă regulă a descoperirii și a invenției, ci trebuie văzută drept o condiție a oricărei investigații *riguroase și complete*. Făcând enumerări complete, ne convingem că nici o componentă la care am ajuns prin analiză nu este lăsată de-o parte în procesul de reconstrucție a întregului, de reducere a multiplului la unitate. Descartes era ferm convins că un spirit ce va urma cu deosebită atenție în cercetările sale aceste reguli va dobândi, cu siguranță, adevărul și, implicit, cunoașterea.

Optimismul epistemologic al raționaliștilor clasici, credința lor în posibilitatea minții umane de a pune la punct o metodă care, urmată pas cu pas, ar putea conduce către cunoaștere și adevăr are la bază o asumție specifică acestei filosofii: *rațiunea umană este o entitate privilegiată, ale cărei performanțe sunt garantate de divinitate*. Chiar din primele rânduri ale *Discursului* său despre metodă, Descartes afirmă faptul că rațiunea este lucrul cel mai bine rânduit din lume și ceea ce ne definește pe noi ca oameni: „Aptitudinea de a judeca bine și de a distinge adevărul de fals, adică ceea ce numim bunul simț sau rațiunea este în mod firesc aceeași la toți oamenii (...) în aceasta urmează opinia comună filosofilor care susțin că nu există diferențe decât între *accidente* și nicidecum între *formele* sau naturile *indivizilor* unei aceeași specii”⁸². Dumnezeu este atât sursa rațiunii, cât și sursa perfecțiunii sale. Din faptul că Dumnezeu este făuritorul acestei facultăți de cunoaștere putem trage concluzia că operațiile sale nu sunt de natură să ne statornicească în eroare ci, dimpotrivă, că are puterea să ne conducă către adevăr și cunoaștere. Altfel spus, Dumnezeu este garantul faptului că, utilizându-ne rațiunea corect și debarasând-o de prejudecățile dobândite prin obișnuință, putem ajunge la cunoaștere și adevăr. Acest principiu poartă numele de principiu al *veracității divine*. „Chiar ceea ce eu am considerat mai înainte ca regulă – și anume că lucrurile pe care le concepem foarte clar și distinct sunt adevărate – nu este sigur decât datorită faptului că Dumnezeu este sau există și că el este o ființă perfectă, iar tot ceea ce este în noi vine de la el. De unde rezultă că ideile sau noțiunile noastre fiind lucruri reale și care vin de la Dumnezeu, în măsura în care sunt clare și distincte, nu pot fi decât adevărate”⁸³. Așadar, Dumnezeu devine temeiul și garantul întregii cunoașterii umane.

Karl Popper crede că una dintre cele mai supărătoare consecințe ale principiilor susținute de epistemologia raționalistă (ca și de cea empiristă) este aceea că ființa umană apare prezentată ca fiind scindată într-o parte sensibilă și contingentă și o parte divină, ce funcționează într-un regim al adevărului necesar și evident. „Iată-ne astfel

⁸¹ *Ibidem*, p. 122.

⁸² *Ibidem*, p. 114.

⁸³ *Ibidem*, p. 133.

scindați într-o parte omenească, adică noi înșine, parte din care izvorăsc opiniile noastre incerte (*doxa*), erorile noastre și ignoranța noastră; și o parte supra-omenească, așa cum sunt simțurile sau intelectul, sursele adevăratei cunoașteri (*epistemê*) a cărei autoritate mai presus de noi este aproape divină”⁸⁴. Karl Popper remarca faptul că epistemologia optimistă apărută de raționaliști, precum Descartes, dar și de către unii empiriști, era în esență o doctrină religioasă, o doctrină în care se argumenta faptul că sursa întregii cunoașteri o reprezenta autoritatea divină⁸⁵. Dar astfel, filosofii raționaliști au perpetuat tipul de epistemologie autoritaristă și ideea că există surse-autoritate sau surse care întemeiază cunoașterea. Or, așa cum am mai subliniat, această idee este profund greșită. Nici simțurile și nici rațiunea nu pot fi considerate surse sigure, autorități apte să garanteze cunoașterea. Însăși ideea de sursă sigură, de sursă absolut garantată a cunoașterii, este un non-sens.

Presupoziția filosofilor moderni – cea privind *existența unor surse pe deplin asigurate ale cunoașterii* – nu poate fi explicată rezonabil decât prin idealul cognitiv al epocii: idealul unei cunoașteri absolut certe, a unei cunoașteri dobândite și construite pe modelul științelor matematice (științe ce erau considerate foarte apropiate de genul de cunoaștere deținută de divinitate). Acest ideal al certitudinii absolute i-a făcut pe filosofi să creadă în existența unor surse absolute ale cunoașterii, surse garantate de divinitate. Or, așa cum am constatat, acest tip de epistemologie absolutistă și cvasi-religioasă, impus de idealul cognitiv al epocii, cu greu mai poate fi susținut și acceptat astăzi; în condițiile în care ideea failibilității cunoașterii este una larg împărtășită de către epistemologi (după cum am constatat în primul capitol, temeiul formulat în sprijinul unei opinii este unul doar *socotit temei*), iar distincția dintre geneza și întemeierea unei idei ne determină să acceptăm că nu există surse care pot garanta cunoașterea, cu greu și-ar mai putea propune cineva să identifice metode garantate de cunoaștere sau să identifice clase de adevăruri absolute.

(2) Epistemologia raționalistă și doctrina ideilor înnăscute. Una dintre tezele cele mai importante susținute de către filosofii raționaliști vizează acceptarea existenței ideilor înnăscute. Această teorie prezintă două variante cvasi-distincte: ideile înnăscute sunt înțelese fie drept cunoștințe propoziționale precise, existente încă de la naștere și care pot rămâne temporar sau pentru totdeauna nedescoperite (Descartes, Chomsky, Carruthers ș.a.), fie drept dispoziții generale sau speciale ce fac cu puțință diverse tipuri de performanțe – lingvistice, matematice, morale (Leibniz). La modul sintetic, putem vorbi despre o viziune *non-dispozițională* asupra cunoașterii înnăscute – cea care presupune prezența în minte, înaintea oricărei experiențe sensibile, a unor idei de care putem deveni conștienți, fie de o viziune *dispozițională* – cea care presupune existența unor dispoziții înnăscute pentru formarea ideilor de care suntem conștienți la un moment dat⁸⁶. Dincolo de diferitele variante de teorii elaborate pentru explicarea și

⁸⁴ Karl R. Popper, *Op. cit.*, p. 29.

⁸⁵ *Ibidem*, p. 27.

⁸⁶ G. A. J. Rogers, “Idei înnăscute”, în Jonathan Dancy, Ernest Sosa, *Dicționar de filosofia cunoașterii*, Editura Trei, București, 1999, p. 18.

justificarea ideilor înnăscute, acestea au fost înțelese ca fiind adevăruri certe, fără a necesita apelul la vreun tip de experiență. Astfel, de-a lungul timpului, o serie de principii teologice, logice, matematice, fizice, ale psihologiei populare sau morale au fost decretate drept adevăruri indiscutabile doar prin prisma simplei experiențe interioare, prin experiența introspecției, ce a prilejuit evidențierea *clară și distinctă* unor așa-zise „idei înnăscute”.

Chiar dacă, într-un fel, Platon este artizanul acestei teorii încă din Antichitate, cel care a argumentat convingător în favoarea sa, în Epoca Modernă, a fost Descartes. În *Discurs*, celebrul filosof francez, opunându-se perspectivei îmbrățișate de către filosofii empiriști, va susține nu numai că ideile de *Dumnezeu* și *suflet* sunt înnăscute („este sigur că ideile de Dumnezeu și de suflet n-au fost niciodată în simțuri”⁸⁷), dar, în plus, va considera că sunt înnăscute și ideile cu privire la legile cele mai generale ale naturii. „Îndrăznesc să afirm nu numai că am găsit modalitatea de a-mi rezolva în scurt timp principalele dificultăți despre care se tratează de obicei în filozofie, dar și că am remarcat anumite legi pe care Dumnezeu le-a stabilit în natură și ale căror noțiuni le-a imprimat în sufletele noastre în așa fel încât după ce am reflectat suficient asupra lor, nu ne-am putut îndoii că ele n-au fost respectate riguros de tot ceea ce este sau se face în lume”⁸⁸. Dacă aceste legi nu ar fi înnăscute, dată fiind generalitatea lor și caracterul lor esențial, ele nu ar putea fi niciodată abstrase din datele furnizate de simțuri, din faptele individuale. Dar, pentru că reușim să le cunoaștem, singura explicație ce rămâne valabilă ar fi aceea că ideea fiecărei legi a naturii este una înnăscută.

Teza ce susține existența ideilor înnăscute, teză radicală a filosofiei raționaliste, a fost aspru criticată de John Locke; în primul volum al scrierii sale *Eseu asupra intelectului omenesc*, filosoful englez va încerca să demonstreze că această teză este păgubitoare pentru filosofie și că nu avem nici un argument puternic pentru a o susține. De pildă, va spune că, în măsura în care principiile logicii și ale aritmeticii sunt înnăscute, ele ar trebui să fie evidente pentru oricine. Însă, subliniază filosoful englez, copiii, idioții, bolnavii psihic sau analfabeții nu recunosc aceste principii ca fiind evidente, ca fiind adevărate. Dacă ele ar fi fost într-adevăr înnăscute, ar fi trebuit să fie imediat recognoscibile. Mai mult, dacă principiile morale ar fi înnăscute, nu ar trebui să întâlnim principii morale diferite la popoare diferite. Or, spune Locke, rareori principiile morale ale unor popoare diferite sunt aceleași. Dar nici ideea de Dumnezeu, cea pe care Descartes o vedea în mod special drept una înnăscută, nu poate fi considerată ca având un asemenea statut. Argumentul lui Locke este simplu: dacă ideea de Dumnezeu ar fi înnăscută, atunci modalitățile în care își descriu popoarele divinitățile ar avea multe lucruri în comun. Însă, ceea ce observăm nu este altceva decât o diversitate copleșitoare a acestor divinități și a atributelor lor. Concluzia lui Locke este clară: „După ce Dumnezeu a înzestrat pe om cu acele facultăți de cunoaștere pe care omul le posedă, nu mai era obligat de bunătatea lui să sădească în mintea omului și acele noțiuni înnăscute, după cum, dându-i rațiune mâini și materiale, nu a trebuit să-i mai construiască poduri

⁸⁷ René Descartes, *Discurs despre metodă*, p. 133.

sau case”⁸⁹. Credința filosofului englez era aceea că nu există nimic în intelect care să nu fi fost în simțuri și, prin urmare, din punctul său de vedere, orice încercare de a acredita teza conform căreia ar exista idei înnăscute este, principial vorbind, sortită eșecului.

Răspunsul la aceste contraargumente ale lui Locke a venit din partea lui Leibniz, în lucrarea *Noi eseuri asupra intelectului omenesc*. La argumentul lui Locke conform căreia copii, idioții sau analfabeții nu sunt conștienți de anumite principii considerate înnăscute, Leibniz va contrareplica spunând că ideile înnăscute trebuie înțelese mai degrabă drept cunoștințe potențiale sau virtuale, cunoștințe la care putem ajunge în urma unor eforturi susținute. Categoriile de persoane invocate de Locke nu pot cunoaște principiile logicii sau ale matematicii deoarece nu sunt capabile, crede Leibniz, de cercetare și reflecție susținută. Filosoful german susține cu convingere existența principiilor metafizice, morale sau logice înnăscute, precizând că acestea nu trebuie înțelese drept cunoștințe explicite, vizibile oricând și pentru oricine. „Este adevărat că nu trebuie să ne imaginăm că aceste legi eterne ale rațiunii pot fi citite în suflet din primul moment, așa cum putem citi edictul pretorului de pe avizierul său, fără osteneală și fără cercetare; însă este suficient că le putem descoperi în noi cu ajutorul atenției și a datelor furnizate de simțuri”⁹⁰. Prin urmare, crede Leibniz, omul nu posedă idei înnăscute în sens de cunoștințe propoziționale de care este imediat conștient, ci posedă o serie de *dispoziții* care, prin atenție, reflecție și sub imboldul datelor furnizate de simțuri, determină actualizarea unor cunoștințe explicite.

Un punct de vedere apropiat de cel al raționalismului clasic în chestiunea ideilor înnăscute este susținut în filosofia contemporană de către Noam Chomsky. După filosoful american, omul se naște cu structuri cognitive extrem de specializate. Atunci când emitem judecăți asupra structurilor cognitive ale minții umane, crede Chomsky, trebuie să facem o analogie între acestea și structurile biologice înnăscute ale organismului uman. Așa cum organismul posedă o sumedenie de structuri înnăscute și acestea, odată cu trecerea timpului, cresc, se dezvoltă sub influența condițiilor de mediu, la fel și mintea umană *crește*, dezvoltându-și structurile pe care le posedă încă de la început. Mintea umană nu se îmbogățește printr-un așa zis proces de învățare, ci reușește să se dezvolte, mai mult sau mai puțin adecvat, într-un fel sau altul, în funcție de stimulii la care este supusă din partea mediului înconjurător (social, natural etc.). Structurile cognitive înnăscute sunt denumite de Chomsky *organe mintale* prin analogie cu *organele corporale*. Organele mintale, ca și organele trupului, sunt specificate în totalitate de programe genetice proprii. Chomsky afirmă clar: „structurile cognitive și organele corpului par să fie comparabile, cel puțin în ceea ce privește posibilitatea unei «explicații biologice» (...) Una dintre curiozitățile istoriei noastre intelectuale o constituie faptul că structurile noastre cognitive dezvoltate de mintea omenească sunt, în general, privite și studiate în mod foarte diferit de structurile organice dezvoltate de

⁸⁸ *Ibidem*, p. 135.

⁸⁹ John Locke, *Op. cit.*, p. 65.

⁹⁰ G. W. Leibniz, *Noi eseuri asupra intelectului omenesc*, Editura ALL, București, 2003, p. 3.

corp”⁹¹. Tocmai acest neajuns încearcă să-l „repare” Chomsky prin teoria sa atunci când susține existența unei analogii între organele mintale și cele corporale. Specializarea minții umane nu derivă din vreun proces complex de învățare, ci din dezvoltarea în timp a structurilor organelor mintale. Mediul are un rol doar în declanșarea procesului de creștere și în asigurarea condițiilor de creștere a acestor organe, și nu în determinarea complexității și performanțelor lor. Filosoful american recunoaște faptul că nici introspecția, nici datele experimentale nu au confirmat (dar nici nu au infirmat) aceste ipoteze cvasi-filosofice. Însă, crede el, doar dacă îmbrățișăm ipoteza existenței încă din start a unor reguli gramaticale (regulile gramaticii universale) extrem de complexe, putem explica cum, de pildă, un copil reușește, în ciuda experienței sale extrem de reduse, să formuleze propoziții și fraze corecte din punct de vedere gramatical. Doar dacă acceptăm o asemenea ipoteză teoretică, ne-am putea apropia de o explicație a decalajului existent între sărăcia input-ului și bogăția output-ului gramatical. Existența regulilor înnăscute ale gramaticii universale ar putea explica rapiditatea și ușurința cu care copii ajung să stăpânească regulile unei limbi naturale, performanțele lor lingvistice, mult peste sumara lor experiență. Știința actuală, crede Chomsky, nu ne permite încă o detaliere a substratului material al organelor mintale și a înțelegerii specificului legăturii efective dintre acest substrat și organele mintale propriu-zise. Aceasta nu înseamnă însă că o astfel de detaliere ar fi, în principiu, imposibilă sau că natura structurilor fizice implicate ar fi fundamental diferită de natura structurii organelor mintale.

Dar să nu înțelegem că filosofii contemporani apără doctrina ideilor înnăscute numai atunci când trebuie să dea seama de posibilitatea cogniției în genere sau de cea a gramaticilor limbilor naturale, când sunt postulate reguli sau cunoștințe tacite. Peter Carruthers crede că principiile psihologiei populare, cunoscute explicit de către oricine, nu sunt învățate în vreun mod anume, ci formează un set de idei înnăscute. Psihologia populară este o rețea de generalizări de bun simț pe care le susținem, independent de context, cu privire la relațiile dintre anumite stări mentale și altele, dintre mediu, stările corpului și comportament etc.⁹². Printre astfel de credințe s-ar număra „durerea este cauzată de rănire” sau „percepțiile sunt cauzate prin intrarea în contact cu stări ale mediului înconjurător” etc. Filosoful subliniază complexitatea și profunzimea psihologiei populare, faptul că reușește să ofere explicații ale comportamentului uman apelând la non-observabile precum *credințele*, *dorințele*, *sentimentele* sau *gândurile*. Am crede, în primă instanță, că ele sunt rodul unei laborioase activități cognitive sau, în termeni comuni, rezultatul unei bogate experiențe de viață. Însă, tocmai în virtutea faptului că principiile acestei psihologii sunt cunoscute și de copii, ele trebuie să fie considerate înnăscute. Experiența unui copil este prea redusă pentru ca cel interesat de explicarea teoretică a originii cunoștințelor sale să accepte ideea că acel copil ar fi putut

⁹¹ Noam Chomsky, “Despre structurile cognitive și evoluția lor; un răspuns lui Piaget”, în vol. *Teorii ale limbajului. Teorii ale învățării. Debaterea dintre Jean Piaget și Noam Chomsky*, Editura Politică, București, 1988, pp. 116-117.

învăța, în scurta sa viață, toate principiile acestei psihologii complicate. Dacă vrem să fim rezonabili, nu putem presupune că principiile acestea ar fi rezultatul intuiției sau deducției, ci doar că ele preexistă oricărei experiențe. Concluzia lui Carruthers este aceea că problema „privind dobândirea de către copii a generalizărilor psihologice nu poate fi rezolvată decât în situația în care presupunem că cea mai mare parte a psihologiei populare este mai degrabă înnăscută, motivată local de experiența copilului însuși sau a celorlalți, decât este învățată”⁹³. Așadar, atunci când au considerat că experiența și învățarea nu pot fi considerate rațiuni suficiente pentru explicarea anumitor performanțe cognitive, lingvistice sau comportamentale, prezente, în egală măsură, la adulți și copii, filosofii de orientare raționalistă au crezut că o soluție potrivită pentru rezolvarea dificultăților ar putea fi doctrinei ideilor înnăscute.

(3) Obiecții la adresa doctrinei raționaliste a cunoașterii. În întâmpinarea doctrinelor raționaliste clasice asupra problemelor epistemologice au fost formulate o serie de remarci și critici, atât în filosofia modernă, cât în filosofia zilelor noastre. Dacă ar fi să le luăm în calcul doar pe cele mai celebre, vom putea spune că soluțiile filosofiei raționaliste la chestiunile epistemologice au plecat de la acceptarea necritică a câtorva presupoziii. Acestea sunt:

- (A) *Atitudine dogmatică (în sens kantian) cu privire la înțelegerea puterilor facultăților noastre de cunoaștere;*
- (B) *Atitudine esențialistă cu privire la natura entităților cunoscute;*
- (C) *Cunoștințele rezidă în idei clare și distincte (entități psihologice), și nu în propoziții (entități logice și epistemice);*
- (D) *Credința în existența unor surse garantate de cunoaștere; garantul suprem al adevărului este chiar Dumnezeu;*
- (E) *Încrederea, uneori insuficient motivată, în faptul că cele mai importante cunoștințe ale omului sunt înnăscute.*

Să luăm pe rând aceste întâmpinări. Este cunoscut faptul că Immanuel Kant îi numește în dese rânduri în scrierile sale pe filosofi raționaliști *dogmatici*. În sens kantian, sunt dogmatice acele filosofii care susțin posibilitatea rațiunii umane de a cunoaște lucrurile așa cum sunt ele în sinea lor⁹⁴. Dimpotrivă, filosofii critice sunt cele care nu consideră drept evident un astfel de principiu, ci cred că, înainte de a da verdicte de acest gen, trebuie întreprinsă o cercetare critică a facultăților de cunoaștere, o analiză a puterilor și întinderii lor. Dogmatismul presupune o „încredere oarbă în capacitatea rațiunii de a se dezvolta a priori fără critică, prin simple concepte, numai pentru obținerea unui succes aparent”⁹⁵ și un procedeu „al rațiunii pure fără critica prealabilă a capacității ei proprii”⁹⁶. Pentru ca rațiunea speculativă, cea care ne conduce la

⁹² Peter Carruthers, *Human Knowledge and Human Nature*, Oxford University Press, Oxford, 1992, p. 115.

⁹³ *Ibidem*, p. 121.

⁹⁴ Mircea Flonta, *Cognitio. O introducere critică în problema cunoașterii*, Editura ALL, București, 1994, p. 9.

⁹⁵ Immanuel Kant, *Logica generală*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985, p. 138.

⁹⁶ *Idem*, *Critica rațiunii pure*, Editura Științifică, București, 1969, p. 33.

cunoștințe iluzorii referitoare la entitățile suprasensibile, să poată fi controlată, este necesară, înainte de toate, o cercetare a facultăților noastre de cunoaștere pentru a le determina „arhitectura”, puterile și limitele până la care se pot întinde.

Or, o astfel de cercetare a fost cu totul străină intențiilor și tipului de demers propus de filosofii raționaliști. Așa cum subliniam și mai sus, ei plecau de la premisa că puterile rațiunii erau garantate chiar de către Dumnezeu, iar a te îndoii de puterile rațiunii era ca și cum te-ai fi îndoit de Dumnezeu. Din nefericire, o astfel de înțelegere a rațiunii, scoate această facultate cognitivă din perimetru cercetărilor critice ale epistemologiei și o plasează, mai degrabă, în zona entităților perfecte, divine, omnisciente. Totuși, dogmatismul raționaliștilor nu se datorează, în primul rând, acestei doctrine cvasi-teologice asupra rațiunii umane, ce excludea cercetarea critică a puterilor sale, ci atitudinii care izvorăște din acceptarea, implicită sau explicită, a unei astfel de teorii: atitudinea naivă, de încredere spontană, naturală în posibilitățile minții omenești de a cunoaște substratul ultim al tuturor lucrurilor.

Această încredere naivă a raționaliștilor în posibilitatea cunoașterii substratului ultim al lucrurilor justifică și remarcă celor ce au văzut în filosofii de acest tip filosofii de tip *esențialist*. În opinia lui Karl Popper, filosofii de acest gen au trasat drept sarcină a cunoașterii umane descrierea „esențelor” sau a „naturilor esențiale”, a acelor realități ce se ascund în spatele aparențelor. Dacă plecăm de la premisa că putem cunoaște neproblematic esențele sau naturile ultime înseamnă că, în termeni epistemologici, suntem capabili să formulăm explicații ultime. O explicație ultimă este una „care (prin esența sau prin natura ei) nu mai poate fi explicată prin altceva și nu mai are nevoie de nici o altă explicație”⁹⁷. Popper este convins de faptul că o astfel de credință cu privire la performanțele cognitive ale ființei umane este complet eronată. Există, într-adevăr, lucruri și proprietăți ascunse, care pot fi dezvăluite și cunoscute, dar de aici nu putem trage concluzia că vom putea ajunge vreodată la esențe sau la explicații ultime. Popper nu dorește ca prin poziția sa să demonstreze inexistența esențelor sau lipsa de temei a unei abordări esențialiste în epistemologie, ci caută doar să atragă atenția asupra faptului că cele mai multe dintre rătăcirile din istoria spiritualității umane sau datorat credinței în existența esențelor de un gen sau altul. „Critica mea încearcă să arate că, indiferent dacă esențele există sau nu, credința în ele nu ne ajută în nici un fel, ci, mai degrabă, ne împiedică. Așadar, nu există nici un motiv pentru care omul de știință ar trebui să *presupună* că ele există”⁹⁸. Prin urmare, o teorie filosofică asupra cunoașterii umane ar trebuie să renunțe la a mai fixa drept sarcină a cunoașterii găsirea esențelor sau a naturilor ultime a lucrurilor. O astfel de sarcină, *pe de o parte*, supraevaluează posibilitățile cognitive ale minții umane și, *pe de altă parte*, legitimează tot felul de aventuri cognitive ce ar putea lua drept esențe tot felul de proprietăți ciudate sau oculte; analizele critice au dovedit faptul că deseori astfel de „proprietăți” sunt, mai degrabă, produse ale unei imaginații netemperate, decât rodul unei investigații oneste.

⁹⁷ Karl R. Popper, *Conjecturi și infirmări*, Editura Trei, București, 2001, p. 140.

⁹⁸ *Ibidem*, p. 141.

Așa cum spunea și Kant într-una dintre lucrările sale din tinerețe, atunci când și-a exprimat pentru prima dată fățiș rezervele față de metafizica raționalistă, „cel care, în starea de veghe, se cufundă în ficțiunile și himerele zămislite de imaginația sa întotdeauna prodigioasă, acordând o atenție scăzută impresiilor simțurilor care îl interesează cel mai mult pe moment, este tratat de bună seamă ca un visător treaz”⁹⁹. Filosoful raționalist, în măsura în care acordă o atenție exagerată construcțiilor minții sale și unor așa-zise esențe, fără a lua în seamă experiența sensibilă, riscă să creadă că deține cunoștințe veritabile atunci când, în fapt, formulează ficțiuni ce nu au nici o legătură cu realitatea experimentală sau cu adevăratele esențe.

Pe lângă aceste două deficiențe specifice epistemologiei de tip raționalist, mai există o deficiență pe care am întâlnit-o și în cazul celei empiriste clasice: credința în existența unor surse care întemeiază cunoașterea. Rațiunea, investită cu puteri divine, devine *sursă-autoritate*, sursă ce garantează adevărul și fundamentează cunoașterea. Adevărul este manifest și, printr-o purificare a rațiunii de prejudecăți, acesta poate fi recunoscut fără vreo problemă deosebită. Pe lângă credința în faptul că pot oferi o cunoaștere a unor entități ultime, a esențelor, pe lângă credința în posibilitatea formulării unor explicații ultime, raționaliștii cred și în faptul că există o sursă ultimă de cunoaștere – *rațiunea*.

Așa cum a subliniat în nenumărate rânduri Karl Popper, credința în existența surselor-autoritate este una nejustificată, greșită și se datorează confuziei între contextul analizei logice, normative a cunoașterii și cel genetic, descriptiv. De pe pozițiile raționalismului critic, poziții apărute de filosoful austriac, orice aserțiune, fie că are la bază experiența senzorială, fie că este derivată din principii *a priori*, este o simplă ipoteză, o simplă conjectură. „N-are importanță din ce sursă sau din ce surse provine – există multe surse posibile și s-ar putea să nu fiu conștient nici de jumătate din ele; iar originile și genealogiile, oricum, n-au mult de-a face cu adevărul. Dacă vă interesează însă problema pe care eu am încercat să o rezolv prin aserțiunea mea conjecturală, mă puteți ajuta criticând-o cât mai sever cu putință; iar dacă puteți concepe un test experimental despre care credeți că ar putea să infirmas aserțiunea mea, am să vă ajut eu însumi bucuros, și cu toate puterile mele s-o infirmați”¹⁰⁰. Doar testând și încercând să infirmăm o aserțiune putem spune că aceasta este falsă sau că nu avem încă suficiente temeiuri pentru a o respinge. Originea sa nu ne poate spune, principial vorbind, nimic în acest sens.

Ultima limită a epistemologiei raționaliste pe care o luăm în discuție aici vizează încrederea, uneori insuficient motivată, în faptul că cele mai importante cunoștințe ale noastre sunt înnăscute. Am amintit mai sus rezervele pe care le-a formulat Locke la adresa doctrinei carteziene a ideilor înnăscute. În legătură cu ambele variante în care a fost susținută doctrina ideilor înnăscute pot fi formulate obiecții greu de ignorat. Dacă

⁹⁹ Immanuel Kant, *Visurile unui vizionar interpretate prin visurile metafizicii*, Editura IRI, București, 2003, p. 70.

prin „idei înnăscute” înțelegem anumite cunoștințe explicite, de natură propozițională, nu putem lămuri motivele pentru care aceste cunoștințe lipsesc în cazul anumitor persoane sau faptul că în locul lor există unele idei radical diferite. Dacă prin idei înnăscute înțelegem mai degrabă dispoziții (înțelese drept *cauze* sau *pattern-uri* generale ale comportamentului, inclusiv ale celui cognitiv¹⁰¹) decât cunoștințe propoziționale, atunci putem remarca faptul că nu mai avem de-a face cu o teză radicală specifică raționalismului, deoarece există numeroși empiriști care susțin punctul de vedere dispozițional. Dacă ar fi să oferim numai un exemplu, Quine nu vede nici un fel de contradicție între propria sa variantă teoretică de behaviorism empiric și doctrina ideilor (dispozițiilor) înnăscute, teorie în care vechea dispută cu privire la idei și originea lor este înlocuită cu teza dispozițiilor înnăscute, investite cu puterea de a explica comportamentul observabil¹⁰².

(C) Cunoaștere și memorie. Memoria este deseori recunoscută drept o condiție necesară funcționării optime a aparatului psihic, drept baza multora dintre procesele noastre psihice, dar rareori este recunoscută drept sursă importantă de cunoaștere. Să luăm în discuție nota specifică a următoarelor două enunțuri:

(15) *Anul trecut pe vremea aceasta eram la Paris și*

(16) *Luna trecută am cumpărat Critica rațiunii pure de la noua librărie Humanitas.*

Datorită faptului că se referă la evenimente trecute, aceste două judecăți au drept sursă certă datele furnizate de propria noastră memorie. Dacă analizăm cele mai multe dintre judecățile noastre, vom constata că un număr impresionant al acestora se bazează nu atât pe date furnizate de activitatea de moment a simțurilor sau pe activitatea logică sau creativă a minții noastre, cât pe datele înmagazinate deja, pe datele privind stările, experiențele sau activitățile noastre trecute. „A-ți aminti” ceea ce s-a întâmplat anul trecut sau luna trecută este interpretat, de cele mai multe ori, într-o manieră reprezentationalistă: „a-ți aminti” este înțeles drept „a-ți reprezenta” sau „a avea o imagine” a ceea ce s-a întâmplat la un moment dat. De pildă, David Hume spunea că atunci „când reflectăm asupra simțămintelor și stărilor noastre afective trecute, gândirea noastră este o oglindă fidelă și reproduce în mod exact obiectele ei, dar culorile pe care le întrebuințază sunt palide și șterse în comparație cu cele în care erau înveșmântate trăirile noastre originale”¹⁰³.

Un punct de vedere oarecum asemănător îl întâlnim și în scrierile lui B. Russell. Filosoful englez susținea că ori de cât ori ne aducem aminte un obiect, amintirea acelui obiect este însoțită, de obicei, de *imaginea* sa. Cu toate acestea, crede Russell, nu imaginea acelui obiect constituie amintirea obiectului respectiv. Acesta deoarece imaginea este prezentă, pe când obiectul amintit, rememorat, este parte a trecutului.

¹⁰⁰ Karl R. Popper, *Conjecturi și infirmări*, p. 41.

¹⁰¹ Adam Morton, *A Guide Through the Theory of Knowledge*, Blackwell Publishers, Malden, Massachusetts, 1997, p. 151.

¹⁰² G. A. J. Rogers, *Op. cit.*, p. 20.

¹⁰³ David Hume, *Op. cit.*, p. 99.

Totuși, întrucât știm faptul că imaginea actuală corespunde obiectului din trecut, înseamnă că avem posibilitatea acum de a compara această imagine cu obiectul reamintit; astfel, putem trage concluzia că imaginea actuală este tocmai cea a obiectului respectiv. Prin urmare, această comparare a imaginii actuale cu obiectul nu ar fi posibilă dacă acel obiectul nu ar fi prezent, într-un fel sau altul, în proximitatea minții noastre. Teza centrală a teoriei asupra naturii memoriei apărută de Russell este cuprinsă în următoarea formulare: „Astfel, esența memoriei nu constă în imagine, ci în prezența nemijlocită înaintea minții a unui obiect care este recunoscut ca trecut. Dacă nu ar exista faptul de memorie în acest sens, nici nu am ști că a existat «trecut» mai mult decât un om născut orb poate înțelege cuvântul «lumină». Prin urmare, trebuie să existe judecăți intuitive de memorie și de ele depinde în ultimă instanță întreaga noastră cunoaștere a trecutului”¹⁰⁴.

Teoria reprezentationalistă asupra memoriei posedă o seamă de neajunsuri, în parte semnalate și de Russell. *O primă obiecție* la adresa acestei teorii este următoarea: dacă ceea ce eu îmi amintesc acum este o imagine prezentă, cum este posibil ca ceea ce-mi amintesc să fie parte a trecutului? Imaginea amintită este prezentă acum în mintea mea, dar ce anume din trecutul meu reprezintă dacă ea este acum prezentă?

O a doua obiecție la adresa teoriei reprezentationaliste a memoriei vizează diferența, greu de sesizat, ce există între o *imagine-produs al imaginației* și o *imagine-amintire*¹⁰⁵. Această dificultate ar putea fi depășită, crede Russell, datorită faptului că lucrurile sau întâmplările de care ne aducem aminte se bucură de un grad de evidență intrinsecă mai mare decât cele imaginate. Totuși, se poate întâmpla să ne încredem cu tărie într-o amintire falsă; în anumite situații, putem lua drept amintiri certe anumite dorințe sau fantasme din trecut. De pildă, cineva poate lua drept amintire certă faptul că la patru ani recita poezii de zece strofe în condițiile în care, în fapt, nu putea reține nici două versuri, dar își dorea mult să facă lucrul acesta pentru a nu-și dezamăgi părinții. Orice am spune, astfel de situații nu sunt cazuri de reamintire în sens strict. Russell credea că există anumite distorsiuni ale amintirilor ce depind de îndepărtarea în timp a evenimentului sau lucrului amintit sau de gradul său de complexitate. „Amintirile sunt mai puțin intrinsec evidente cu cât sunt mai îndepărtate și mai slabe; adevărurile logicii și matematicii sunt (în linii mari) cu atât mai puțin intrinsec evidente cu cât devin mai complicate”¹⁰⁶. Mai mult, nu toate amintirile au același grad de evidență; de pildă, ne putem aduce aminte cu exactitate faptul că ieri am citit o recenzie la o carte de filosofie ce ne interesa în cel mai înalt grad, dar nu ne putem aminti cu ce pantofi ne-am încălțat (sau dacă ne-am încălțat în vreun fel!), deoarece nu ne stă în fire să dăm atenție unor asemenea „detalii”.

¹⁰⁴ Bertrand Russell, *Op. cit.*, p. 76.

¹⁰⁵ Mathias Steup, “Memorie”, în Jonathan Dancy & Ernest Sosa (eds.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, Vol. II, Editura Trei, București, p. 108.

¹⁰⁶ Bertrand Russell, *Op. cit.*, p. 77.

În al treilea rând, cel mai puternic argument împotriva unei teorii reprezentationaliste a memoriei este legat de faptul că reușim să ne aducem aminte nu numai imaginea unor obiecte, ci și secvențe abstracte, numere sau detalii privind ordinea de succesiune a unor evenimente. Plecând de la o asemenea constatare, Mathias Steup este convins că ceea ce este amintit sau re-amintit nu este o imagine, ci, mai degrabă, o *judecată*. Altfel spus, ori de câte ori ne amintim ceva, în esență ne reamintim „că *p*”. O opinie asemănătoare este susținută și de către Robert Audi. Din punctul său de vedere, teoria reprezentationalistă a memoriei greșește atunci când tratează într-o manieră similară amintirea și percepția. Totuși, dacă percepția (vizuală) generează obligatoriu anumite imagini în mintea noastră (nu putem percepe un copac fără să-l vedem), nu același lucru se întâmplă atunci când ne amintim ceva. Putem constata, de pildă, că ne aducem aminte o anumită întâlnire cu un prieten și că putem descrie anumite detalii ale acelei revederi, fără ca în mintea noastră să fie prezentă vreo imagine anume. Așadar, reamintirea, nefiind un proces perceptiv, poate să aibă loc și în absența imaginilor¹⁰⁷. Nu ne reamintim imagini, ci judecăți.

În noua abordare, M. Steup încearcă să contureze un răspuns la următoarea întrebare: care sunt condițiile necesare și suficiente ale reamintirii „că *p*”? Răspunsul pe care încearcă să-l contureze la această întrebare pleacă de la sesizarea faptului că „a crede că *p*” ar trebui să nu facă parte dintre aceste condiții, deoarece s-ar putea să nu fim conștienți de faptul că ne amintim *p* și, în consecință, nu putem crede că *p* pe baza reamintirii. Dar, chiar dacă nu suntem conștienți că ne reamintim *p*, acesta nu ne-ar putea împiedica să susținem „că *p*” în baza unui proces de reamintire de care nu suntem conștienți. Pe de altă parte, nu toate situațiile în care ne reamintim „că *p*” sunt situații în care „cunoaștem că *p*”. Se poate întâmpla ca eu să-mi amintesc faptul că recitam poezii la vârsta de patru ani, dar, în același timp, să nu cred că eu eram cel care ar fi putut face așa ceva. Dincolo de aceste situații, persistă problema condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească o reamintire „că *p*” pentru a fi cunoaștere. Mathias Steup încearcă să ofere o rezolvare, oferind următoarea caracterizare a cunoașterii pe baza memoriei: *putem spune că S cunoaște că p pe baza memoriei doar în cazul în care:*

- (a) S își amintește clar și distinct că *p*;
- (b) S crede că *p*;
- (c) S este întemeiat în a crede că *p*¹⁰⁸.

Din cele trei condiții, doar (a) ridică anumite probleme. Ea poate fi interpretată în două maniere distincte: în primul rând, o putem înțelege în cheie tradițională, drept o condiție a adevărului. Interpretată astfel, obținem condițiile cerute în analiza clasică a cunoașterii pe care o opinie trebuie să le satisfacă pentru a fi declarată cunoaștere. Rezultă că, în măsura în care acceptăm analiza clasică a cunoașterii, putem accepta și aceste condiții pe care ar trebui să le îndeplinească și o cunoștință bazată pe datele de

¹⁰⁷ Robert Audi, *Epistemology. A Contemporary Introduction to the Theory of Knowledge*, Routledge, London, 2003, p. 64.

memorie; însă, în măsura în care reevaluăm condițiile stabilite prin analiza clasică a cunoașterii, este necesar să reevaluăm și aceste condiții ce trebuie satisfăcute de o cunoștință bazată pe datele de memorie. În al doilea rând, (a) poate fi interpretată în sensul că *p* este obținută în baza unui proces cognitiv de încredere, *reamintirea*. În această variantă, toate contraargumentele ce pot fi formulate la adresa reliabilismului proceselor demne de încredere, pot fi formulate și la adresa condițiilor de posibilitate a cunoașterii obținute în baza memoriei.

În ciuda acestor condiții care, la prima vedere, par rezonabile, niciodată nu putem fi siguri, de pildă, de respectarea condiției (a). Rămâne neclar pe ce ne putem baza în credința noastră că ne reamintim clar și distinct „că *p*”. Altfel spus, niciodată nu avem garanții destul de puternice pentru a crede că ceea ce ne reamintim, constituie o amintire propriu-zisă. Pe de altă parte, este mult mai rezonabil să credem că ceea ce ne reamintim, ne reamintim efectiv deoarece ar fi extrem de dificil să justificăm altfel concordanța amintirilor noastre cu o serie de alte dovezi suplimentare sau să punem pe baza iluziei sau imaginației tot ceea ce suntem înclinați să acceptăm drept reamintire. Cert este că memoria nu este o sursă a cunoașterii ce ne-ar putea garanta adevărul. Oricum, din cercetările din subcapitolele anterioare, am văzut că, în principiu, nu poate exista vreo sursă aptă să garanteze cunoașterea sau adevărul.

O teorie ce evită dificultățile teoriei reprezentationaliste și a celei inferențiale poate fi socotită *teoria adverbială* a memoriei. Conform acestei teorii, *a-ți aduce aminte reprezintă un act epistemic direct*. Credințele bazate pe memorie sunt non-inferențiale. Nu mă bazez pe nici o premisă atunci când spun că anul trecut pe vremea aceasta eram la Paris. „Credința mea se bazează pe memorie înțeleasă drept preservare a credințelor și a altor elemente, și nu pe alte credințe care mi-ar oferi premisele pentru a-mi susține credința”¹⁰⁹. Evenimentul aducerii-aminte este unul fie legat cauzal prin procesele specifice memoriei de evenimentul amintit, fie se datorează puterii pe care o avem de a chema în minte, atunci când dorim, o amintire sau alta.

Dacă ținem cont de cele precizate pe parcursul acestui subcapitol, ar rezulta că este impropriu să vorbim de spre „surse ale cunoașterii”. Indiferent de natura sa, nici o sursă nu ne poate garanta că o anumită opinie reprezintă cunoaștere. Pe de altă parte, într-o logică popperiană, putem vorbi despre surse ale opiniilor noastre. Astfel, din acest punct de vedere, *experiența senzorială*, *operațiile rațional-discursive* ale intelectului, *ideile înnăscute* sau *memoria* pot fi considerate, în egală măsură, surse ale susținerilor noastre. Ce opinii însă se vor dovedi cunoștințe reprezintă o problemă ce nu poate fi rezolvată în contextul genezei, în contextul cercetării surselor, ci doar în contextul întemeierii, printr-o analiză de ordin logico-normativ, prin constatarea gradului în care opiniile acceptate la un moment dat se corelează neproblematic cu rețelele de convingeri adevărate existente deja.

¹⁰⁸ Mathias Steup, *Op. cit.*, p. 109.

¹⁰⁹ Robert Audi, *Op. cit.*, p. 65.

III. Adevăr și comunicare

(A) Corespondența unei opinii cu realitatea

(B) Coerența – esență și indicator al adevărului

(C) Opinia adevărată – de la consens la acțiune

Din analizele anterioare a rezultat faptul că nu există surse care pot să garanteze cunoașterea și, în plus, a reieșit că, pentru a stabili măsura în care o opinie reprezintă cunoaștere, trebuie să ne plasăm într-un context în care să putem evalua gradul în care o opinie satisface un set de condiții sau este în conformitate cu o serie de norme. Mai exact, am văzut că cele mai importante condiții pe care trebuie le îndeplinească o opinie pentru a fi cunoaștere sunt *adevărul* și *întemeierea*. Într-o logică a continuității cercetării problemelor, capitolul de față va fi dedicat încercării de a răspunde la una dintre cele mai importante întrebări ale epistemologiei: „În ce condiții putem socoti că o opinie este adevărată?”. Altfel spus, vom încerca să stabilim ce răspunsuri pot fi oferite la întrebarea „Ce este adevărul?” și să determinăm măsura în care aceste răspunsuri ne ajută să lămurim condițiile în care o opinie comunicată de cineva poate fi înțeleasă drept adevărată. În consecință, vom expune și cerceta critic teoriile clasice asupra adevărului - *teoria adevărului corespondență*, *teoria coerentistă* și *teoria pragmatistă* - teorii ce au încercat să lămurească natura adevărului.

(A) Corespondența unei opinii cu realitatea. Una dintre cele mai vechi intuiții filosofice cu privire la natura adevărului este aceea că un enunț este adevărat în condițiile în care reflectă fidel o anumită realitate, o anumită stare de lucruri, dacă este, într-un anume sens, o copie a acelei realități. Această intuiție, coagulată în ceea ce astăzi numim „teoria adevărului corespondență”, chiar dacă pare una de bun simț, una extrem de simplă și neproblematică, teoretic vorbind, se bazează pe acceptarea tacită a câtorva teze metafizice, care, în opinia multor filosofi, sunt discutabile. Presupozițiile teoriei adevărului corespondență pot fi formulate astfel:

- (A) *Există o prăpastie ontologică între propoziții sau enunțuri, pe de-o parte, și lucruri, stările de lucruri sau fapte, pe de altă parte;*
- (B) *Stările de lucruri sunt independente de mintea umană și de procesele sale interne, dar posedă o structură care poate fi înțeleasă de mintea umană;*
- (C) *Mintea umană funcționează ca o oglindă a realității; principală funcție a limbajului este cea de reprezentare a stărilor de lucruri;*
- (D) *Adevărul este numele unei relații ce se instituie între enunțuri (sau propoziții), pe de-o parte, și stările de lucruri (sau fapte), pe de altă parte.*

- (E) Într-un anumit sens, faptele sau stările de lucruri ne constrâng să considerăm drept adevărate anumite enunțuri și false pe altele;
- (F) Există o singură descriere adevărată a unei stări de lucruri, cea care surprinde structura acelei stări de lucruri; mintea omenească poate ajunge în situația care să-i permită o descrie corectă (ultimă, adevărată) a unei stări de lucruri;
- (G) În principiu, este posibilă o descriere corectă și completă a întregii realități.

Îmbrățișarea acestor presupoziii, într-o măsură mai mică sau mai mare, a condus în timp la edificarea diverselor versiuni ale teoriei adevărului corespondență. Dar, așa cum vom constata în următorul subcapitol, presupozitiile care au făcut posibilă această teorie au fost și principalele sale puncte slabe. Oricum, înainte de a cerceta obiecțiile ridicate la adresa ideii de corespondență, să urmărim câteva dintre variantele în care s-a constituit această teorie. Diferențele dintre abordările propuse de teoriile adevărului corespondență pe care le vom investiga decurg fie din modul în care a fost înțeleasă ideea de corespondență – sau simpla *corelare*, sau *congruența* (izomorfismul) dintre purtătorii adevărului și stările de lucruri¹¹⁰, fie din *tipul angajament de ontologic*. Dacă medievalii vorbeau de adecvarea sau corelarea lucrului cu intelectul, Wittgenstein va crede în echivalența structurală a propoziției adevărate și a faptului; *pe de altă parte*, există filosofi care vorbesc despre „corespondența cu lucrurile”, pe când alții iau în discuție „corespondența cu faptele” sau „corespondența cu evenimentele”.

(1) Varietăți ale teoriei adevărului-corespondență. Cei mai mulți dintre istoricii filosofiei care au încercat să identifice rădăcinile teoriei adevărului corespondență s-au oprit la celebra formulare prezentă în *Metafizica* lui Aristotel (1011 b): „A enunța că ceea ce este nu este sau că ceea ce nu este este, constituie o propoziție falsă; dimpotrivă, o enunțare adevărată este aceea prin care spui că este ceea ce este și că nu este ceea ce nu este¹¹¹”. Acest paragraf este considerat de către adepții teoriei adevărului corespondență drept prima articulare coerentă a teoriei care, ulterior, va fi susținută în multe alte variante.

În Evul Mediu, într-o formulare de-a lui Thoma de Aquino din *Summa contra gentile*, acceptată ulterior de mai mulți filosofi medievali, adevărul este definit drept *adaequatio rerum et intellectus*, adică drept conformitate a gândirii noastre cu lucrurile sau drept adecvare dintre gândul nostru și lucruri. Și în *Summa theologiae* vom regăsi această idee: „Adevărul rezidă în inteligență, în măsura în care inteligența se adaptează la realitate, iar realitatea însăși ... [este – n.n.] denumită adevărată în măsura în care se corelează în vreun mod cu inteligența”¹¹². Definiția oferită adevărului de către Thoma de Aquino nu este însă una singulară sau care să fi făcut notă discordantă în filosofia Evului mediu. Înaintea sa, Augustin definise adevărul, cam în același spirit, drept „declarația sau manifestarea a ceea ce este în realitate” (*De Vera Religione*, cap. XXXVI), iar Avicenna spunea că „adevărul fiecărei realități constă în a i se recunoaște

¹¹⁰ Richard L. Kirkham, *Theories of Truth. A Critical Introduction*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, 1992, p. 119.

¹¹¹ Aristotel, *Metafizica*, Editura IRI, București, 1996, p. 156.

¹¹² Thoma De Aquino, *Summa theologiae, Despre Dumnezeu*, Editura Științifică, București, 2000, p. 270.

că-i aparține propriu unei persoane ceea ce i s-a atribuit”¹¹³. Chiar dacă Thoma de Aquino are anumite rezerve vizavi de aceste definiții, putem crede că acestea sunt expresia aceleiași idei susținute și de celebrul teolog și filosof: adevărul este concordanța dintre intelect și realitate, indiferent care ar fi realitatea vizată.

La începutul secolului XX, pot fi identificați mai mulți filosofi care, cu toate că îmbrățișează destul de puține presupuziții specifice abordărilor metafizice clasice, mai cred că adevărul posedă o natură anume și că acesta este „corespondența”. Diferențele față de abordările clasice apar atunci când acești filosofi își precizează mai clar asumptiile ontologia de la care pleacă și criteriile pe baza cărora s-ar putea stabili corespondența unei judecăți cu „realitatea”. Dacă filosofii clasici vorbeau, fără să-și facă prea mari probleme, despre realitate drept „creație a lui Dumnezeu”, „imens mecanism fizic” sau „totalitate a obiectelor”, filosofii secolului XX vorbesc despre entitățile pe care sunt tentați să le accepte ca fiind reale folosind termeni precum „particulari”, „individuali”, „universali”, „fapte” sau „evenimente”, termeni care, în contextul cercetărilor respectivelor filosofi, posedă o accepțiune tehnică. În plus, utilizând astfel de termeni, rareori filosofii se mai referă la lumea fizică sau la stările de lucruri existente independent de mintea și limbajul nostru.

Într-un text din 1918, *The Philosophy of Logical Atomism*, Russell pleacă de la premisa că lumea (în sens de existență în genere) conține *fapte*. Acestea pot fi *fapte particulare*, precum „Acest lucru este alb”, sau *fapte generale*, precum „Toți oamenii sunt muritori”; în plus, faptele pot fi *pozitive*, precum „Socrate este în viață”, sau *fapte negative*, precum „Socrate nu este în viață”. Pe lângă *fapte*, lumea conține *credințe* sau *opinii* despre fapte și care, prin referire la fapte, pot fi considerate adevărate sau false. Deosebirea majoră dintre opinii și fapte este aceea că opiniile pot fi adevărate sau false, pe când faptele nu. Practic, opiniile pot avea două tipuri distincte de relații cu faptele: una dintre relații poate fi numită „adevărul” și cealaltă „falsul”. Unuia și aceluiași fapt îi pot corespunde mai multe propoziții.

De pildă, propozițiile „Socrate este mort” și „Socrate nu este mort” corespund aceluiași fapt; aceasta deoarece unul și același fapt le determină fie adevărul, fie falsitatea. Russell este convins că „pentru fiecare fapt există două propoziții, una adevărată și una falsă, și nu există nimic în natura unui simbol în măsură să ne arate care este unul adevărat și care este unul fals. Dacă ar fi astfel, am putea susține adevărul despre lume prin examinarea propozițiilor, fără a mai examina lumea din jur”¹¹⁴. Așadar, singura modalitate prin care ne-am putea încredința de adevărul unei teorii este corespondența cu lucrurile acestei lumi. Dar, precizează Russell, lucrurile posedă anumite proprietăți și stau în anumite relații unele cu altele. Având anumite proprietăți și situându-se în anumite relații unele față de altele, toate lucrurile sunt *fapte*. Altfel spus, lucrurile particulare, proprietățile și relațiile sunt, într-un anume sens, componente ale faptelor. Propozițiile pot avea două genuri diferite de relații cu faptele: primul gen poate fi numit „adevărat cu privire la fapte”, iar al doilea „fals cu privire la fapte”.

¹¹³ *Ibidem*, p. 271.

¹¹⁴ Bertrand Russell, „The Philosophy of Logical Atomism”, în vol. *Logic and Knowledge*, p. 187.

Ambele genuri de relații sunt, în egală măsură, de natură logică, relații ce pot subzista între enunțuri și fapte.

Prin urmare, dintr-o perspectivă a entităților asumate, *teoria adevărului-corespondență apărută de Russell este una ce se raportează la fapte*. În repetate rânduri, filosoful britanic precizează însă că autorul acestei teorii este Wittgenstein¹¹⁵. Cu toate că însuși Wittgenstein a avut rezerve serioase asupra modului în care Russell i-a înțeles ideile, nu poate fi ignorată totuși influența filosofului austriac asupra anumitor idei ale lui Russell, precum și asupra filosofilor grupați în jurul lui Moritz Schlick, în Cercul de la Viena.

Într-adevăr, teoria asupra adevărului susținută de Wittgenstein este o versiune a teoriei adevărului corespondență ce se raportează la *fapte*. După Wittgenstein, prin fapte trebuie să înțelegem toate stările de lucruri ale acestei lumi, stările de lucruri care există, care sunt reale, și nu numai posibile¹¹⁶. Stările de lucruri sunt combinații de obiecte în funcție de *forma* lor, în funcție de posibilitățile lor de combinare. Orice propoziție trebuie să încerce să modeleze un fapt; din acest motiv propozițiile au *sens*. Dar nu orice propoziție cu sens, adică nu orice propoziție care încearcă să modeleze un fapt este și adevărată. Doar propozițiile a căror componente sale exprimă ordinea în care sunt așezate obiectele într-un fapt sau altul pot fi considerate adevărate. Așadar, „propoziția este o imagine a realității: căci eu cunosc starea de lucruri reprezentată de ea dacă înțeleg propoziția. Iar propoziția o înțeleg fără ca sensul ei să-mi fi fost explicat (...) Propoziția construiește o lume cu ajutorul unui schelet logic și de aceea, examinând propoziția, se poate vedea cum stau lucrurile din punct de vedere logic *dacă* propoziția este adevărată (...) Propoziția ne comunică o stare de lucruri, așadar, ea trebuie să fie conectată *în mod esențial* cu starea de lucruri”¹¹⁷. Această conexiune de ordin esențial ce există între propoziția adevărată și faptul reprezentat derivă tocmai din aceea că propoziția adevărată este chiar o imagine logică a aceluia fapt. Ordinea constituenților unei propoziții adevărate este aceeași cu ordinea obiectelor ce alcătuiesc un fapt. Forma logică a propoziției adevărate este tocmai forma logică a faptului reprezentat; altfel spus, propoziția adevărată și faptul corespunzător coincid în spațiul logic. Forma logică a propoziției și cea a faptului se *văd* prin modul în care sunt dispuse elementele acestora, dar nu pot fi reprezentate. Tocmai forma logică este ceea ce face posibilă reprezentarea. Dar ceea ce face posibilă reprezentarea nu poate fi, la rândul său, obiect al reprezentării.

Varianta wittgensteiniană a teoriei adevărului corespondență, variantă ce se raportează la fapte, pleacă de la premisa că între propoziția adevărată și faptul reprezentat există o *legătură de o natură specială*. Credem că această idee era prezentă drept presuposiție fundamentală și în celelalte versiuni ale teoriei adevărului corespondență, dar era una acceptată implicit, fără vreo justificare sau explicație anume. Filosoful austriac conștientizează necesitatea de a afirma explicit existența unei astfel de legături

¹¹⁵ *Ibidem*, p. 226.

¹¹⁶ Pentru detalii, a se vedea Mircea Flonta, „În ajutorul cititorului”, în Ludwig Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, Editura Humanitas, București, 2001, pp. 38-61.

¹¹⁷ Ludwig Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, Editura Humanitas, București, 2001, 4.021, 4.023, 4.03.

și încearcă să ofere o soluție cu privire la întrebarea „Cum este cu puțință ca o propoziție să reprezinte sau să corespundă unui fapt?”. Soluția este cea amintită mai sus: propoziția adevărată corespunde faptului pe care îl reprezintă deoarece are exact aceeași formă logică cu acesta. În concluzie, Wittgenstein nu numai că încearcă să lămurească ce este adevărul și care este condiția pe care trebuie să o îndeplinească o propoziție pentru a fi adevărată, nu numai că se declară de acord cu ideea de bază a teoriei adevărului corespondență, ci, în plus, reușește să propună o explicație referitoare chiar la *condițiile de posibilitate ale corespondenței*. Propoziția adevărată și faptul reprezentat se află într-o relație specială, „corespund”, deoarece posedă aceeași *formă sau structură logică*. Prin faptul că, logic vorbind, cele două entități – propoziția adevărată și faptul corespunzător – sunt identice, corespondența dintre ele nu mai apare drept o relație misterioasă și incertă, ci una complet analizată și explicitată. Totuși, chiar dacă a reușit o bună explicitarea a relației de corespondență, Wittgenstein nu a reușit același lucru cu conceptul de *fapt*. În ciuda precizărilor sale, faptele rămân entități cu contururi neclare, greu de decupat spațio-temporal din peisajul lumii actuale.

(2) Limitele teoriei adevărului corespondență. Dacă ar fi să enunțăm principalele reproșuri pe care le aduc teoriei adevărului corespondență cei ce contestă această teorie, primul dintre acestea ar suna astfel: ideea corespondenței enunțurilor sau judecăților cu realitatea este una extrem de neclară. Acest reproș global posedă patru aspecte distincte: *în primul rând*, realitatea ce corespunde unui enunț este, în cele mai multe cazuri, greu de precizat și de delimitat; *în al doilea rând*, accesul cognitiv la această realitate pare a fi problematic și greu de susținut prin prisma înzestrărilor cognitive ale omului; *în al treilea rând*, chiar relația de corespondență este imprecisă, fiind greu de indicat identitatea și specificul său; *în al patrulea rând*, distincția *enunț - fapt* este una extrem de problematică, dacă luăm în seamă ideea că faptele nu sunt independente de enunțuri, orice fapt fiind desemnat cu ajutorul unui enunț (Strawson). Cei mai mulți dintre susținătorii teoriei adevărului corespondență pleacă, în mod neproblematic, de la premisa că există corpuri, fapte sau evenimente, dar uită să precizeze cu claritate ce sunt acestea și cum ar putea fie ele foarte ușor decupate dintre celelalte entități. Ce înseamnă că un enunț corespunde realității? Ce este această realitate obiectivă de care încercăm să ne folosim pentru afirmarea adevărului enunțurilor noastre? Fie că pleacă de la o ontologie a obiectelor fizice, fie că pleacă de la o ontologie a faptelor sau evenimentelor, teoriile adevărului-corespondență sunt ambigue din punct de vedere ontologic.

Dacă ținem cont de remarcile lui Kant, dacă ținem cont de faptul că orice entitate ce aparține lumii înconjurătoare poate fi „accesată” doar sub forma unei reconstrucții epistemice, a unor entități dependente în forma lor de facultăților noastre de cunoaștere, ideea de corespondență devine și mai neclară. Cum am putea stabili existența unei relații de corespondență între o aserțiune, produs al operațiilor de tip logic ale facultăților noastre de cunoaștere, și un corp sau un fapt, ca entități obiective, în condițiile în care acestea sunt fie „complexe de senzații”, fie date sensibile, fie reconstrucții logice ale acestora, dependente în forma lor de înzestrările originare ale subiectului epistemic? Acest argument epistemic împotriva adevărului-corespondență poate fi transformat într-unul lingvistic: dacă pentru a putea desemna un fapt trebuie să

fie formulat un enunț, dacă orice fapt este dependent de modul în care este decupat printr-un enunț, atunci în ce măsură mai putem vorbi ulterior despre corespondența unui enunț cu faptul corespunzător?

Chiar în condițiile în care am avea un acces privilegiat la entități existente în mod obiectiv, care este natura acelei relații ce poate lega aserțiunile unui subiect epistemic de anumite corpuri sau stări de lucruri? „Corespondența” pare a fi numele unei relații de natură magică ce se instituie între entități calitativ diferite – constructele mentale și stările de lucruri. Care este însă natura acestei relații dintre entități ce aparțin unor niveluri total diferite – cel logic și epistemic, *pe de-o parte*, și cel ontologic, *pe de altă parte*?

Încă din anii 30’-40’ ai secolului trecut, Neurath era convins de faptul că teoria adevărului corespondență presupune ca evidentă distincția *enunțuri-fapte*, distincție ce este parte a unei metafizici imposibil de acceptat. După Neurath, știința ar fi doar un simplu sistem de enunțuri; orice enunț formulat în câmpul științei poate fi combinat sau comparat cu fiecare dintre celelalte enunțuri. O serie de enunțuri pot figura în același sistem de enunțuri doar în măsura în care sunt logic compatibile. Dar, și acesta este lucrul cel mai important, afirmațiile nu sunt niciodată comparate cu o „realitate” anume sau cu „fapte”. Nici unul dintre filosofii care sprijină o separare radicală între afirmații și realitate, credea Neurath, nu este capabil să facă o estimare precisă vizavi de posibilitatea unei comparații între afirmații și fapte; în plus, nimeni nu indică o modalitate clară de determinare a structurii așa-ziselor fapte. În consecință, distincția *enunțuri-fapte* nu e altceva decât rezultatul unei metafizici ce ia drept lucru de la sine înțeles *dualismul formă-conținut*. Prin urmare, credea Neurath, toate problemele derivate dintr-o astfel de metafizică sunt doar pseudo-probleme¹¹⁸. Rezultă că și soluțiile derivate dintr-o astfel de metafizică, precum teoria adevărului-corespondență, înțeleasă ca soluție la problema exprimată prin întrebarea „*Ce este adevărul?*”, reprezintă pseudo-soluții.

Russell sesizase încă de la începutul deceniului al doilea faptul că cea mai mare dificultate a teoriei adevărului-corespondență constă în faptul că gândirea este pusă în situația de a fi dependentă de ceva exterior ei și că singură nu se poate pronunța asupra valorii de adevăr a unei propoziții. Filosoful britanic a sesizat credința multor filosofi conform căreia, în măsura în care am admite teoria adevărului corespondență, ne-a afla în situația în care gândirea nu ar putea afla niciodată când a fost atins adevărul¹¹⁹. Motivul: propriile sale operații ar fi insuficiente pentru a determina acest fapt, fiind dependentă de ceva exterior, de ceva imposibil de cunoscut prin simple operații logico-formale.

Dar cele mai importante critici la adresa teoriei adevărului-corespondență au drept sursă filosofia pragmatistă. De pildă, după anii 60’, Richard Rorty își va exprima în mod sistematic convingerea conform căreia nu ne putem baza pe ceva exterior în cunoaștere, deoarece „nu putem găsi un cârlig – realitatea obiectivă (n.n.) – care să ne ridice deasupra simplei coerențe – simplului acord – la ceva precum *corespondența cu*

¹¹⁸ Carl G. Hempel, “On the Logical Positivists’ Theory of Truth”, *Analysis*, Vol. 2, No. 4, January, 1935, pp. 50-51.

realitatea așa cum este ea în sine”¹²⁰. Dacă numim un enunț ca fiind adevărat, o facem pentru că întrunește „acordul neforțat” al unei comunități, adică pentru că nu intră în contradicție cu alte enunțuri acceptate de către acea comunitate, cu credințele împărtășite de către membrii acesteia, dar nu pentru că ar intra în corespondență cu o așa-zisă realitate obiectivă.

După Rorty, teoria adevărului corespondență s-ar baza pe o presuposiție metafizică greșită, anume aceea că ar exista o relație specială între facultățile umane și restul lumii, relație care ne-ar putea duce, în ultimă instanță, la „o concepție absolută despre realitate”¹²¹. Dacă admitem teoria adevărului-corespondență, ar trebui să admitem că „realitatea” sau „un fapt” oarecare ne constrânge să admitem drept adevărat un anume enunț. Or, această imagine asupra relației dintre oameni, enunțurile lor și „fapte” este una absurdă, o imagine ce presupune înțelegerea rațiunii drept facultate ce face posibilă legătura dintre uman și esența non-umanului, mijlocul prin care „lumea ne călăuzește spre o descriere corectă a ei însăși”. „Conform acestei concepții, noțiunea de realitate ca posedând o «natură» căreia este de datoria noastră să-i corespundem e doar o variantă suplimentară a ideii că zeii pot fi împăcați doar dacă încântăm cuvintele potrivite. Ideea că unul dintre vocabularele pe care omenirea le-a folosit pentru a vorbi despre univers este cel pe care îl preferă universul – cel care tranșează corect lucrurile – a fost o concepție destul de drăguță. Însă în prezent ea este prea uzată pentru a mai servi vreun scop”¹²². Așadar, conchide Rorty, nu există vreo legătură privilegiată între enunțurile noastre și stările de fapt; nu există un vocabular special, un vocabular capabil să reprezinte corect natura lucrurilor. Ideea de corespondență cu realitatea, ideea unei relații speciale între cognitiv și lingvistic, *pe de o parte*, și non-lingvistic sau factic, *pe de altă parte*, este o rămășiță a unei metafizici reprezentationaliste, o rămășiță a unei viziuni în care relațiile omului cu lumea din jur nu sunt de tip causal, ci de tip „reprezentational”.

Totuși, cea mai importantă obiecție ce poate fi adusă teoriei filosofice a adevărului corespondență este legată de faptul că adevărul înțeles drept corespondență nu ar depinde în vreun fel de cunoașterea noastră a adevărului sau de abilitatea noastră de a discerne adevărul¹²³. Să presupunem – așa cum ne îndeamnă Moser, Dwayne și Mulder – că relația de corespondență ar fi, într-un anume sens, una causală. Dacă relația dintre un enunț adevărat și faptul ce îi corespunde ar fi, într-adevăr, una causală, atunci ea ar fi asemănătoare relației dintre un nume propriu și obiectul pe care îl numește. De pildă, „Elvis Presley” fixează o anume referință, selectând obiectul, Elvis, printr-o relaționare de tip causal. Relația luată în discuție este una complexă, presupunând, mai întâi, o serie de evenimente precum numirea copilului, și, mai apoi, o serie de procese sociale prin care această utilizare a numelui „Elvis Presley” este simultană cu schimbarea unor caracteristici ale obiectului, precum apariția perciunilor sau creșterea

¹¹⁹ Bertrand Russell, *Problemele filosofiei*, p. 80.

¹²⁰ Richard Rorty, *Obiectivitate, relativism și adevăr, Eseuri filosofice 1*, Editura Univers, București, 2000, p. 103.

¹²¹ *Ibidem*, p. 138.

¹²² *Ibidem*, p. 167.

¹²³ Paul K. Moser, Dwayne H. Mulder, J. D. Trout, *The Theory of Knowledge. A Thematic Introduction*, Oxford University Press, New York, Oxford, 1998, p. 68.

greutății. Deoarece această simultaneitate pare a nu fi accidentală, unii filosofi o înțeleg ca reflectând un anume gen de relație cauzală. Adevărul enunțului „Elvis Presley consuma hamburgeri mult după miezul nopții” este determinat, în parte, de faptul că „Elvis Presley” se referă la persoana la care se referă, și nu la o alta. Dacă în enunțul de mai sus înlocuim „Elvis Presley” cu „Shirley Temple” trebuie să ne așteptăm ca valoarea sa de adevăr să fie alta: în locul unui enunț adevărat vom obține unul fals. Prin urmare, incontestabil, adevărul depinde de referință. Cei trei autori concluzionează în felul următor: „Dacă relația de referință este cauzală, atunci relația de adevăr depinde de relația cauzală, chiar dacă nu este identică cu aceasta. Întrucât relația cauzală relevantă poate exista fără cunoașterea noastră în legătură cu aceasta, adevărul, în mod corespunzător, va fi independent de cunoaștere (...) Prin urmare, dacă există o minte independentă de lume și mintea noastră este limitată, atunci adevărul poate, în mod natural, depăși ceea ce cunoaștem”¹²⁴.

Cu alte cuvinte, una dintre consecințele teoriei adevărului corespondență este aceea că putem accepta existența unor adevăruri, fără ca acestea să fie rezultatul anumitor procese cognitive. Totuși, dacă suntem consecvenți principiului afirmat mai sus, conform căruia există o strânsă legătură între adevăr și cunoaștere, vom susține nu numai că adevărul este o condiție necesară pentru cunoaștere, dar și faptul că nu putem vorbi despre adevăr în absența anumitor eforturi cognitive. Și aceasta din mai multe motive. În primul rând, dacă acceptăm faptul că adevărul este independent de cunoaștere, altfel-spus, dacă vom adopta o poziție non-epistemică în problema adevărului, atunci vom fi siliți să acceptăm și o specie de metafizică în care adevărurile sunt proprietăți non-cognitive. Or, acceptând o astfel de metafizică, pe lângă faptul că sporim inutil numărul entităților acceptate (prin acceptarea implicită a unui imperiu al adevărurilor ce așteaptă să fie descoperite), ne vedem și puși în situația de a susține principiul conform căruia nu există o legătură esențială între adevăr și cunoaștere. Or, credem noi, o epistemologie nu poate abandona acest principiu fără a-și abandona marca filosofică definitorie.

În al doilea rând, dacă acceptăm independența adevărului față de procesele cognitive ale minții noastre, atunci ar trebui să acceptăm și faptul că nu avem nici o posibilitate pentru a proba adevărul credințelor noastre pe care le socotim ca fiind adevărate¹²⁵. Altfel spus, dacă nu ar exista o conexiune esențială între cunoaștere și adevăr, facultățile noastre cognitive ar fi cu totul neputincioase în a dovedi falsitatea sau adevărul unei opinii. Dar aceasta ne-ar conduce fie în situația de a îmbrățișa scepticismul, fie în situația de a postula existența unei facultăți miraculoase, non-cognitive, dar „demne de încredere”, care ne-ar permite accesul direct și necondiționat la „imperiul etern al adevărului”. Din perspectiva principiilor îmbrățișate în această lucrare, ambele variante ni se par puțin atractive.

În al treilea rând, chiar dacă există situații, așa cum semnalat deja, în care putem fi în posesia anumitor adevăruri în mod întâmplător, nu putem trage de aici concluzia că majoritatea credințelor adevărate ale cuiva sunt rezultatul întâmplării, al unor

¹²⁴ *Ibidem*, p. 68.

¹²⁵ *Ibidem*.

coincidențe fericite. În absența unor interese de cunoaștere cultivate în mod constant, ar fi cu totul nepotrivit să ne închipuim că putem ajunge în posesia unor rețele de convingeri adevărate, a acelor credințe care ne ghidează în mod constant comportamentul și ne fac acțiunile eficiente la nivel individual și colectiv. Dacă am accepta faptul că cele mai profunde credințe ale noastre sunt întâmplător adevărate, fără să aibă nimic de-a face cu strădaniile noastre cognitive, conștiente sau inconștiente, atunci nimic nu ne-ar mai putea opri să credem că noi nu am fi altceva decât niște roboți apăruiți prin jocul întâmplării, ce funcționează după reguli aleatoare și care ajung – firește, întâmplător – în posesia celor mai bune sisteme explicative cu privire la fenomenele naturii. Este ca și cum am fi de acord cu faptul că o maimuță ar putea scrie articolele fundamentate ale fizicii einsteiniene alegând la întâmplare litere dintr-o cutie. În consecință, credem că între cunoaștere și adevăr există o relație esențială (evident, nu în sensul că tot ceea ce este adevărat trebuie să fie socotit cunoaștere) și că orice teorie ce adoptă o poziție non-epistemică în problema adevărului, așa cum procedează teoria adevărului corespondență, trebuie să facă față unor obiecții destul de serioase.

Dincolo de aceste întâmpinări de fond privind definirea adevărului drept „corespondență cu realitatea”, există și obiecții privind capacitatea criteriilor derivate din această teorie de a decide, în mod concret, adevărul sau falsitatea unor enunțuri determinate. În acest sens, există o obiecție de principiu ce susține chiar „imposibilitatea de a verifica dacă p corespunde cu realitatea”. Rațiunea acestei obiecții rezultă din aceea că „a verifica dacă o propoziție corespunde realității nu este ceva ce poate fi făcut ca atare – nu este o procedură, prin urmare nu poate fi predată-învățată și pusă în practică. Ceea ce învățăm de fapt este o uriașă mulțime de proceduri care, pe căi foarte complicate, ne ghidează atunci când acceptăm sau respingem enunțurile”¹²⁶. Prin urmare, nu se poate pune, pur și simplu, problema corespondenței unei propoziții cu realitatea, ci doar problema unor proceduri destul de complexe prin care enunțuri sau seturi de enunțuri sunt verificate și acceptate.

Mai mult, dacă, în principiu, pentru multe genuri de enunțuri este greu de demonstrat că ar corespunde realității, în cazul câtorva tipuri de enunțuri, criteriile derivate din „corespondența cu realitatea” sunt complet inaplicabile: *enunțurile universale* (cu extensiune nedeterminată), *enunțurile ce exprimă probabilități*, *enunțurile ce exprimă modalități* (necesitatea, întâmplarea), *enunțurile despre stările de lucruri trecute* și *enunțurile logicii și matematicii* ș.a. Să le luăm pe rând. Un enunț universal de genul

(1) *Toate galaxiile au drept nucleu o gaură neagră*

se referă, într-adevăr, la o stare de lucruri, dar niciodată nu vom putea stabili în ce măsură „corespunde realității” deoarece, *pe de-o parte*, numărul galaxiilor din univers este potențial infinit și, *pe de altă parte*, cercetarea științifică a entităților ce formează subiectul acestei enunțări este grevată de serioase limite tehnologice, imposibil de înfrânt chiar în viitorul îndepărtat. Dacă vom cădea de acord că nu este necesară investigarea tuturor entităților vizate prin subiectul enunțării, putând admite adevărul lui (1) doar pe baza investigării unei singure entități (în exemplul nostru, gaura neagră din

¹²⁶ William James Earle, *Op. cit.*, p. 34.

centru galaxiei noastre), va trebuie să admitem drept valabil principiul inducției; dar în felul acesta, fără a rezolva problema inițială, atragem o nouă problemă spinoasă: cea a temeiului valabilității principiului inducției.

Sesizăm existența unor probleme serioase și atunci când este vorba de enunțuri ce exprimă probabilități sau modalități. De pildă, atunci când cineva spune că

(2) *Probabil că unii pelicani sunt purtătorii virusului gripei aviare* sau

(3) *Este necesar ca cei ce lucrează în construcții să poarte un echipament de protecție*

este greu, chiar imposibil, să precizăm în ce condiții aceste enunțuri sunt adevărate. Probabilitatea și modalitatea ne împiedică să decupăm faptele la fel de simplu ca în cazul aserțiunilor obișnuite; datorită acestei situații, precizarea condițiilor de adevăr ale acestor enunțuri nu mai poate fi realizată și, în consecință, nu mai putem susține dacă enunțurile în cauză sunt adevărate sau false.

La fel de problematic poate să ne apară și cazul enunțurilor matematicii și logicii. În ultimă instanță, putem fi de acord cu faptul că anumite expresii sau enunțuri ale matematicilor aplicate se referă la posibila structură a fenomenelor sau proceselor concrete, dar cea mai mare parte a enunțurilor aparținând diverselor ramuri ale matematicii și logicii nu se referă la entități ale lumii reale (corpuri, stări de lucruri sau evenimente) sau la fapte, în sensul lui Russell sau Strawson. Axiomele unei geometrii ale unui spațiu cu n dimensiuni sunt considerate, într-un anumit sens, adevărate, dar nu pentru că ar corespunde realității. De altfel, realitatea la care se referă astfel de axiome nu este una care ar putea fi cunoscută pe cale senzorială sau reprezentată în sensul în care ne imaginăm un fapt al lumii fizice.

Nu în ultimul rând, în cazul enunțurilor ce se referă la evenimente trecute, nimeni nu mai poate verifica „corespondența” unui enunț cu unul dintre acele evenimente deoarece, pur și simplu, nu mai există. Nu putem confrunta enunțurile pe care la fac astăzi, de pildă, istoricii despre modalitățile concrete de desfășurarea a războaielor dintre daci și romani cu evenimentele în cauză deoarece acele evenimente, fiind trecute, ne rămân inaccesibile. Teoria adevărului corespondență întâmpină dificultăți asemănătoare și atunci când este solicitată să precizeze condițiile de adevăr ale enunțurilor *contrafactice* („Dacă zăpada ar fi roșie, atunci gheața s-ar topi la -10° C”) sau ale enunțurilor *intenționale* („Ștefan cel Mare intenționa să unească cele trei țări române”).

Tocmai pentru a se putea realiza depășirea unor asemenea limite ale teoriei corespondenței au fost imaginate diferite alternative filosofice; oricum, în ciuda limitelor acestei teorii, trebuie remarcat nu numai faptul că este teoria cea mai veche, teoria care a adunat de-a lungul secolelor cei mai mulți adepți, ci și faptul că cele mai multe dintre celelalte teorii ale adevărului sau constituit, inițial, drept încercări de a clarifica, ajusta sau depăși anumite aspecte ale teoriei adevărului corespondență. Astfel, în timp, reflecția asupra limitelor acestei teorii a fost fertilă, teoretic vorbind, ducând la apariția unor teorii alternative clasice, dar și la geneza teoriilor minimaliste contemporane. Printre teoriile alternative tradiționale se numără și teoria adevărului-coerență.

(B) Coerența – esență și indicator al adevărului. În expunerea pe care am consacrat-o diferitelor variante ale teoriei adevărului corespondență, am subliniat obiecțiile de principiu ale lui Kant cu privire la ideea „corespondenței judecăților noastre cu lucrurile luate în sinea lor” și am indicat una dintre posibilele soluții pe care le întrevăzuse filosoful german (dar cu care nu putea fi de acord) – o teorie în care adevărul să derive din simpla coerență logică a judecăților. Ideea de bază a teoriei coerentiste a adevărului, idee apărută consistent abia un secol și ceva după Kant, este aceea că putem admite un enunț drept adevărat în condițiile în care este coerent (nu intră în contradicție) cu un sistem de enunțuri anterior acceptat. În istoria filosofiei, teze de factură coerentistă pot fi regăsite în filosofia lui Hegel, în cea a lui Fichte, etc.¹²⁷ Soluțiile coerentiste la problema adevărului pot fi construite, în principiu, pe două schelete formale distincte: fie sunt soluții care cred că simpla coerență a unui enunț cu un sistem dat de enunțuri este suficientă pentru a asigura adevărul acestuia, fie sunt soluții care cred că adevărul unui enunț este garantat atunci când este coerent cu un sistem dat de enunțuri *recunoscute anterior ca fiind adevărate*.

Cei mai mulți dintre filosofi ce apără această doctrină vor considera următoarea definiție ca fiind neproblematică: *o propoziție p este adevărată dacă și numai dacă:*

- (a) *p* aparține unui sistem S;
- (b) S este un sistem coerent.

Teoria coerentistă este, într-un anume sens, „mai minimalistă” decât teoria adevărului corespondență: dacă această ultimă teorie definea adevărul drept o relație între un enunț și un fapt, implicând o serie de angajamente ontologice, teoria coerentistă a adevărului definește adevărul drept relație între enunțuri, orice angajament ontologic al acestora fiind scos din discuție. Din acest motiv, teoria coerentistă este o teorie de ordin formal a adevărului, o teorie ce recunoaște drept esență a adevărului *coerența* și drept criteriu unic al adevărului *non-contradicția*. Așadar, orice test privind adevărul unui enunț rezidă, în esență, în constatarea non-contradicției (sau contradicției) existentă între enunțul cercetat și un sistem de alte enunțuri acceptat deja. În ciuda faptului că această teorie reușește să se debaraseze, în mare măsură, de încărcătura metafizică a teoriei adevărului corespondență, ea pleacă, totuși, de la patru presupuziții metafizice:

- (A) *Mintea omenească nu are niciodată posibilitatea să pășească în afara setului de credințe interne pentru a le compara cu stările de lucruri;*
- (B) *Adevărul constă în relația unui enunț cu un sistem de enunțuri;*
- (C) *Mintea omenească are posibilitatea să sesizeze coerența sau non-contradicția dintre un enunț și un sistem de enunțuri anterior acceptat;*
- (D) *Principiului non-contradicției trebuie acceptat drept structură fundamentală a gândirii.*

Să urmărim câteva dintre variantele acestei abordări a adevărului și să încercăm să observăm modul în care presupuzițiile metafizice amintite au putut genera diverse configurații teoretice.

¹²⁷ O trecere în revistă a doctrinelor coerentiste constituite de-a lungul istoriei filosofiei o realizează R. Walker în lucrarea *The Coherence Theory of Truth, Realism, Anti-Realism*, Routledge and Kegan Paul, London, 1989.

(1) Versiuni ale coerentismului. Respingând dualismul enunțuri-fapte și susținând că, în ultimă instanță, teoriile științifice sunt doar seturi de enunțuri coerente, O. Neurath, celebrul filosof aparținând Cercului de la Viena, pare să fi înclinat către o teorie a adevărului coerentă. Și Carnap a fost de acord cu o astfel de teorie asupra adevărului. Acesta credea că în știință o afirmație este adoptată ca adevărată dacă este sprijinită îndeajuns de enunțurile-protocol. Totuși, Neurath și-a exprimat rezervele față de această teză carnapiană; el compara știința cu o navă aflată într-o luptă continuă cu valurile mării și care nu poate fi ancorată în vreun port pentru a fi reconstruită de la chilă în sus. Altfel spus, enunțurile-protocol nu pot oferi o bază sigură, absolută pentru o teorie științifică deoarece este ușor de imaginat situația în care protocolul unui anumit observator ar putea conține două afirmații ce se contrazic reciproc; dacă acest lucru are loc în practica științifică, trebuie să se renunțe la cel puțin unul dintre enunțurile-protocol menționate. Or, nefiind posibilă o asigurare deplină a enunțurilor de protocol la revizuire, nu este posibilă nici o asigurare deplină a teoriilor științifice în ansamblul lor.

În ciuda diferențelor dintre cei doi în chestiunea enunțurilor de protocol, Neurath și Carnap converg către o poziție, în principiu, similară: „Nu există cu adevărat fapte, ci doar propoziții”¹²⁸. Prin urmare, stabilirea adevărului unui enunț nu implică în nici un fel raportarea la fapte, ci doar raportarea la alte enunțuri. Un enunț este declarat adevărat în măsura în care este logic compatibil cu alte enunțuri acceptate deja ca adevărate. Astfel, adevărul devine o noțiune sintactică, o noțiune prin care se surprinde coerența logică, necontradicția dintre enunțuri.

B. Blanshard este unul dintre filosofi care au susținut cu argumente serioase atât ideea conform căreia coerența furnizează cel mai reușit criteriu ale adevărului, cât și teza conform căreia coerența reprezintă natura adevărului. În plus, a reușit să propună câteva dintre cele mai convingătoare contraargumente la adresa teoriei adevărului corespondență, reușind să invalideze suprapunerea pe care mulți filosofi o practicau, la modul cel mai firesc, între ideea de adevăr și cea de corespondență¹²⁹. Să considerăm două enunțuri distincte, exemple oferite chiar de Blanshard¹³⁰, unul cu privire la un eveniment trecut și unul cu privire la o stare de fapt prezentă:

(4) *Burr l-a ucis pe Hamilton în duel;*

(5) *Această pasăre este o pasăre cardinal.*

Așa cum am stabilit deja, enunțurile care se referă la stări de lucruri trecute nu pot fi declarate adevărate sau false prin prisma unor criterii desprinse din teoria adevărului corespondență: faptul la care acestea se referă nu mai există și, în acest caz, ideea de corespondență devine lipsită de sens. În cazul enunțului (4), evenimentul relatat s-a petrecut de mult timp și nici unul dintre personajele prezente la acel duel nu mai este în viață pentru a putea depune mărturie în privința deznodământului conflictului dintre Burr și Hamilton. În această situație, criteriul pe baza căruia putem judeca adevărul sau falsitatea acestei judecăți este concordanța, respectiv non-concordanța, cu alte judecăți referitoare la același fapt. Dacă judecata despre moartea lui Hamilton în duel este

¹²⁸ Carl G. Hempel, *Op. cit.*, pp. 53-54.

¹²⁹ Nicholas Rescher, “Blanshard and the Coherence Theory of Truth”, în Paul Arthur Schilpp (ed.), *The Philosophy of Brand Blanshard*, Open Court, Illinois, 1980, p. 575.

¹³⁰ Brand Blanshard, *The Nature of Thought*, vol. II, G. Allen & Unwin Ltd., London, 1939, pp. 226-229.

adevărată, atunci există o serie de alte enunțuri pe care le putem desprinde din presa vremii, din cărțile de istorie referitoare la acest fapt, din scrisorile membrilor familiilor celor doi, dar și din afirmațiile făcute atunci și consemnate cu privire la o serie de evenimente conexe (starea vremii, respectarea legislației în vigoare etc.), judecăți care ar forma un întreg coerent și cu care judecata (4) nu ar intra în contradicție. Dacă judecata în cauză ar fi falsă, ea ar intra în contradicție cu judecățile extrase din surse autorizate cu privire la tabloul faptelor din acel loc și din acea vreme. Criteriul acceptării judecății (4) drept adevărată este coerența sa cu un set de judecăți cu care, în ultimă instanță, formează un întreg necontradictoriu.

În cazul judecății (5), lucrurile ar părea că stau cu totul altfel. Acest enunț se referă la o stare de lucruri prezentă și am fi tentați să spunem că ea este adevărată sau falsă în virtutea „corespondenței cu realitatea”. Dar lucrurile nu stau așa, crede Blanshard. Faptul real, cel cu care judecata „corespunde” nu este niciodată un fapt brut, o entitate absolut independentă de mintea noastră. Acea entitate reprezintă pentru cineva o pasăre cardinal în măsura în care respectiva persoană posedă o serie de cunoștințe prealabile despre păsări, despre diversele specii, despre dimensiunile, forma, coloritul penajului unei păsări cardinal. În alte condiții, nu ar putea face o distincție conceptuală între o pasăre și un sconcs sau între două păsări aparținând unor specii diferite. Recunoașterea unei păsări cardinal este, în termenii lui Blanshard, „o realizare intelectuală remarcabilă”¹³¹, aceasta deoarece perceperea unei păsări cardinal presupune sesizarea *conceptului* de pasăre cardinal, iar faptul acesta presupune mult mai mult decât existența unei așa-zise „simple percepții”. În fapt, pentru acceptarea judecății (5) drept adevărată, nu este nevoie de corespondența cu realitatea (care, în orice situație am fi este, mai degrabă, o reconstrucție a noastră în funcție de ce și cât cunoaștem, decât realitatea în sine), ci de concordanța acestei judecăți cu o serie de judecăți anterioare, judecăți acceptate deja și care formează un întreg non-contradictoriu, despre păsări, despre diferențele dintre diversele specii de păsări, despre notele specifice păsărilor cardinal. Prin urmare, crede Blanshard, și în cazul judecăților care se referă la fapte imediate, la evenimente ce au loc în prezent, criteriul veritabil al adevărului este tot coerența. Corespondența cu faptele poate fi lesne convertită într-un caz particular de coerență a unui enunț cu un set de alte enunțuri date.

Dacă cel mai adecvat criteriu pentru demonstrarea adevărului unui enunț este coerența, Blanshard este convins că avem motive puternice să credem că însăși natura adevărului rezidă în *coerență*. Filosoful crede că un sistem de cunoștințe complet coerent ar fi unul în care fiecare judecată ar implica și ar fi implicată de întregul sistem. Cu toate acestea, este convins de faptul că nu vom găsi în realitate un astfel de sistem cu un asemenea grad de interdependență a componentelor sale¹³². Totuși, la fel cum coerența organelor ce alcătuiesc un organism este considerată un semn de sănătate a acelui organism, la fel și interdependența și coerența judecăților ce alcătuiesc un sistem ar trebui să fie interpretată drept o dovadă a faptului că acele judecăți sunt adevărate.

¹³¹ *Ibidem*, p. 228.

¹³² *Idem*, “Coherence as Nature of Truth”, în Michael P. Lynch, *The Nature of Truth. Classic and Contemporary Perspectives*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, 2001, p. 107.

Spre deosebire de Blanshard, a cărui teorie pleca de premisă că natura adevărului este identică cu coerența, N. Rescher construiește o teorie coerentistă *criterială* a adevărului¹³³. Altfel spus, Rescher nu mai are pretenția de a oferi o explicație sau o doctrină asupra naturii adevărului, ci doar o serie de teste care ne permit stabilirea adevărului unuia sau altuia dintre enunțuri. Or, crede el, majoritatea covârșitoare a acestor teste este de natură coerentistă. Coerență este înțeleasă de Rescher drept o relație între enunțuri ce surprinde două aspecte complementare: *consistență logică* și *conectibilitatea* (prin aceasta încearcă să surprindă ideea de conexiune, de corelație, de sprijin și acord reciproc între enunțuri). Din punctul său de vedere, condiția conectibilității este mai puternică decât cea a non-contradicției. Rescher este de acord că din simpla coerență a enunțurilor nu poate să apară, pur și simplu, adevărul; prin urmare, va pleca de la premisa că trebuie acceptate *provizoriu* anumite enunțuri (aproximativ) adevărate ca fiind date. Însă acest *dat* nu trebuie înțeles în sens epistemologic, ci, mai degrabă, în sens logic. Enunțurile noastre despre fapte trebuie să fie coerente cu ceva, trebuie să fie conectate cu ceva; acest ceva este tocmai acest *dat*. Tocmai în virtutea coerenței lor cu enunțurile date, enunțurile noastre despre fapte vor putea fi considerate adevărate. Problema enunțurilor date nu poate fi însă rezolvată printr-o strategie de tip coerentist. Rescher crede că putem selecta enunțurile ce alcătuiesc acest *dat* în baza unor rațiuni de tip pragmatic. Pe baza acestei strategii de tip coerentist și în baza distincției dintre *adevărul provizoriu* și *adevărul real*, ca predicat atemporal, filosoful va reuși să reformuleze distincția dintre *adevăr* și *întemeiere* drept distincție între *întemeierea real accesibilă* și *întemeiere accesibilă în ultimă instanță*.

(2) Obiecții la adresa coerentismului. Ca și în cazul teoriei adevărului-corespondență, teoria coerentistă asupra naturii adevărului posedă limitele și neajunsurile sale. În primul rând, așa cum precizam și mai sus, testul coerenței este legitimat de acceptarea prealabilă a adevărului principiului non-contradicției. Dar, dacă lucrurile stau așa, se pune problema măsurii în care testul coerenței ar mai putea legitima o judecată precum principiul non-contradicției, având în vedere că acest test se bazează tocmai pe acceptarea tacită a acestui principiu. Este evident că prin testul coerenței nu ne putem pronunța asupra adevărului acestui principiu căci, dacă l-am folosi și în acest caz, am cădea într-o circularitate vicioasă. Prin urmare, așa cum sesiza încă B. Russell¹³⁴, există cel puțin o judecată – cea prin care este exprimat principiul non-contradicției – al cărei adevăr nu poate fi evidențiat prin testul coerenței. Rezultă că, în principiu vorbind, acest test nu poate fi aplicat tuturor judecăților. Or, un veritabil test sau criteriu al adevărului ar trebui, în principiu, să poată fi aplicat oricărei judecăți. Prin urmare, testul coerenței nu poate fi considerat totdeauna un test eficient al adevărului.

În al doilea rând, dacă luăm în discuție doar primul tip de teorie coerentistă (cea care susține suficiența coerenței cu un set enunțuri pentru a asigura adevărul unui enunț), sesizăm lesne faptul că un enunț poate fi făcut coerent și cu un sistem de enunțuri false. De pildă, enunțul conform căruia soarele tocmai a răsărit poate fi făcut

¹³³ N. Rescher, *The Coherence Theory of Truth*, Oxford University Press, Oxford, 1973.

¹³⁴ Bertrand Russell, *Problemele filosofiei*, pp. 80-81.

coerent atât cu sistemul explicativ geocentric, cât și cu cel heliocentric. Dar noi știm că primul sistem este fals, pe când al doilea este adevărat. Conform testului coerenței, ar rezulta că respectivul enunț este adevărat în ambele cazuri, ceea ce este destul de greu de acceptat. Prin urmare, simpla coerență a unui enunț cu un sistem dat nu poate fi considerat un test hotărâtor pentru adevărul unui enunț. Această obiecție poate fi formulată și altfel. Să presupunem că dorim să investigăm adevărul enunțurilor „Soarele se rotește în jurul Pământului” și „Pământul se rotește în jurul soarelui”. Ambele enunțuri pot fi făcute coerente cu câte un sistem de enunțuri – sistemul geocentric, respectiv cu cel heliocentric. În ciuda faptului că nu pot fi ambele adevărate, în baza testului coerenței nu vom putea opta fie pentru unul, fie pentru celălalt, deoarece ambele sunt coerente cu un sistem sau altul de enunțuri; totuși, rezultatul ar fi acela că ambele enunțuri sunt adevărate, ceea ce este absurd.

În al treilea rând, dacă precizăm faptul că adevărul unui enunț poate fi probat doar dacă este coerent cu un sistem de enunțuri adevărate, ajungem la un gen de circularitate: plecăm de la adevăr pentru a demonstra adevărul (chiar dacă cei ce susțin această variantă de coerentism subliniază ideea că sistemul dat de enunțuri nu poate fi considerat adevărat în sens epistemologic, ci doar în unul formal, logic). Mai mult, dacă presupunem că sistemul coerent de enunțuri (aproximativ) adevărate este unul construit și convenit de membrii unei comunități, se pune problema firească legată de modalitatea concretă în care au ajuns în posesia unui astfel de sistem coerent de enunțuri, funcție de care admitem adevărul altor enunțuri. Indiferent de strategiile și interesele pragmatice ce stau la baza selectării sistemului inițial de enunțuri, indiferent de asigurările pe care le primim de la coerentiști, în sensul că adevărul setului inițial de enunțuri nu ar fi de natură epistemică, nu se poate accepta atât de ușor ideea că pe baza unor enunțuri aproximativ adevărate în sens logic sau formal, am putea accepta că un enunț supus investigației este adevărat în sens epistemologic. La această obiecție coerentiștii nu pot oferi un răspuns convingător. Prin urmare, una dintre presuposițiile majore ale acestei teorii – aceea conform căreia cercetarea adevărului unei noi aserțiuni este o operație cognitivă ce poate fi dusă la bun sfârșit doar dacă suntem deja în posesia unor sisteme de adevăruri coerente – este destul de greu de acceptat în formula adoptată de către unii coerentiști.

În al patrulea rând, coerența unui enunț cu un sistem de enunțuri nu poate fi privită decât, cel mult, drept o condiție necesară a adevărului acelui enunț, dar nu și ca o condiție suficientă. Nu există argumente puternice în favoarea suficienței coerenței drept condiție a adevărului. „Enunțurile ce nu sunt coerente sunt excluse automat din clasa adevărilor, dar enunțurile coerente nu sunt incluse automat în clasa enunțurilor adevărate (...) Folosim incoerența pentru a înlătura anumite enunțuri candidate la adevăr. S-ar putea să mai existe câteva candidate la adevăr (...) dintre care nu putem alege exclusiv pe baza considerațiilor de coerență”¹³⁵. De pildă, dacă, într-o dimineață, cineva, care a lipsit toată noaptea de acasă, și-ar găsi devastată gradina de legume, ar respinge cu vehemență o explicație de genul „Grădina ți-a fost devastată de spiritul lui Descartes ce își mai caută încă trupul”, deoarece nu este coerentă cu propriile sale

¹³⁵ William James Earle, *Op. cit.*, p. 35.

credințe. Cu toate acestea, ar mai rămâne câteva explicații, precum „Grădina a fost invadat de iepuri”, „Grădina a fost «cercetată» de homeless flămânzi în cursul nopții” sau „Grădina a fost pentru câteva ore locul de joacă al copiilor din vecini”, coerente cu propriile credințe, pe care le-ar putea accepta drept adevărate. Simpla coerență a acestor explicații cu sistemul de credințe acceptat deja nu va fi însă suficientă pentru a o identifica pe cea adevărată. Chiar dacă toate cele trei explicații care au rămas în picioare sunt coerente cu setul de credințe deja acceptat, este evident că nu toate pot fi simultan adevărate, iar pentru a decide în favoarea uneia sau alteia trebuie invocate criterii ce nu au de-a face doar cu simpla coerență.

În al cincilea rând, condiția stipulată de cea de-a doua versiune a teoriei adevărului coerență privind adevărul unui enunț (non-contradicția cu un sistem de enunțuri adevărate dat) este în practică greu de satisfăcut. Într-o situație concretă, nimeni, niciodată nu verifică și nu poate verifica dacă enunțul acceptat drept adevărat este coerent cu toate enunțurile adevărate acceptate deja. De obicei, dacă un enunț candidat la statutul de enunț adevărat nu intră în contradicție cu două-trei enunțuri acceptate deja drept adevărate, este acceptat drept adevărat. În plus, fie că această situație este luată în calcul sau nu, orice persoană se află în posesia unor seturi de enunțuri contradictorii pe care le socotește, în egală măsură, adevărate. De pildă, în dese rânduri, sistemul convingerilor noastre religioase este în contradicție cu sistemul convingerilor născute într-un mediu economic concurențial ce ne îndeamnă să facem totul pentru a accede către posturi mai bine plătite. În această situație, un enunț de genul „Sunt mai bine pregătit decât X și, în consecință, merit funcția pe care el o deține în companie” este în contradicție cu anumite convingeri religioase (ce mă îndemnă la slujirea aproapelui, la modestie etc.), dar sunt coerente cu sistemul convingerilor ce m-au ghidat de-a lungul timpului în cariera profesională. Problema ce apare poate lua forma unei întrebări: enunțul luat în discuție trebuie considerat fals pentru că vine în contradicție cu sistemul convingerilor mele religioase sau poate fi considerat adevărat deoarece este coerent cu setul de principii ce mi-au asigurat până acum succesul în carieră? Credem că orice filosof coerentist ar avea dificultăți în încercarea de a răspunde la această întrebare.

Obiecții serioase pot fi aduse teoriei coerentiste a adevărului și dacă sunt luate în discuție numeroasele dificultăți logice și metalogice pe care le generează¹³⁶. În ciuda criticelor și obiecțiilor ce-i pot fi aduse, criteriul coerenței posedă o importanță deosebită atunci când avem de-a face cu încercarea de a stabili gradul de adevăr al unor enunțuri ce aparțin unor sistemelor formale, unor teorii ale matematicii sau logicii pure sau unor teorii ale științelor naturii, cu un înalt grad de matematizare. Testul sistematicității și non-contradicției este unul dintre cele mai importante teste pe care trebuie să le treacă orice corpus explicativ. Dar nu putem accepta cu ușurință, așa cum își doreau Blanshard sau Rescher, că testul coerenței este cel mai important test al adevărului. Drept consecință, nu am mai fi îndreptățiți să susținem că, la modul ultim, natura adevărului (în măsura în care ne mai punem o astfel de problemă!) ar rezida în coerență.

¹³⁶ Jan Woleński, “Against Truth as Coherence”, *Logic and Logical Philosophy*, vol. 4, 1996, pp. 41-51.

(C) Opinia adevărată – de la consens la acțiune. Teoriile pragmatiste ale adevărului au fost gândite și construite drept posibile alternative la teoria clasică a adevărului înțeles drept corespondență cu realitatea. La prima vedere, am putea sune că aceste teorii fac parte din clasa mai largă a teoriilor epistemice. Practic, filosoful pragmatist nu va considera că adevărul este o proprietate intrinsecă, esențială a judecăților. Dimpotrivă, din această perspectivă, adevărul unei judecăți este „făcut” și demonstrat de cineva în practică, astfel încât ar fi absurd să credem că o judecată ar putea fi considerată adevărată fără a face parte din rețeaua de credințe a cuiva, fără ca cineva să știe că este adevărată. Cu toate acestea, adevărul nu este pentru pragmatist în primul rând o valoare de natură epistemică, ci, mai degrabă, instrumentul cel mai important pe care îl poate deține o comunitate pentru rezolvarea problemelor cu care se confruntă.

Această grupă de teorii, chiar dacă este considerată una ce reunește versiunile unei abordări clasice, tradiționale a adevărului și chiar dacă abordările tradiționale sunt, într-o măsură mai mare sau mai mică, abordări de tip metafizic, nu putem spune că toate versiunile pragmatiste ale adevărului pot fi asimilate unei cercetări de natură metafizică a adevărului. Versiunile pe care le vom lua în discuție, cele apărute de James și Rorty, nu sunt, cu siguranță, versiuni de tip metafizic, ci sunt, dimpotrivă, abordări pentru care presupunerea că adevărul este numele unei relații sau proprietăți intrinseci ori că adevărul posedă o natură anume ar fi lipsită de sens. Modul în care abordează acești filosofi problema adevărului este mult mai apropiat de teoriile minimaliste îmbrățișate astăzi de majoritatea filosofilor analitici, decât de abordările de tip metafizic; pentru cei doi filosofi, adevărul este un expedient al gândirii, un compliment făcut anumitor enunțuri, nimic altceva. Identificarea adevărului cu utilitatea sau cu ceea ce funcționează în practică nu este o teză explicită a filosofiei pragmatiste, ci, mai degrabă, o interpretare neinspirată a doctrinei pusă în circulație, printre alții, și de Bertrand Russell.

(1) Variante ale teoriei pragmatiste a adevărului. Teoria pragmatistă asupra adevărului a fost cunoscută și supusă criticii mai ales în versiunea ei radicală, versiune formulată de F. C. S. Schiller¹³⁷. Din punctul său de vedere, „adevărat” înseamnă „valorizat de noi” sau „ceea ce sprijină scopurile noastre”. Aspectul cel mai criticat al teoriei lui Schiller era cel care susținea faptul că „adevărul este schimbător de vreme ce propozițiile devin adevărate doar atunci când sunt aplicate cu succes”¹³⁸. Rezulta faptul că adevărul nu exprimă o dimensiune obiectivă a cunoașterii, ci este dependent de oameni, de scopurile și interesele lor. În fața unor astfel de idei, chiar Charles Peirce a avut o reacție violentă, spunând că Schiller a construit o filosofie „infectată de semințele morții” deoarece se bazează de noțiuni precum „caracterul schimbător al adevărului”.

Totuși, nu trebuie pus semnul echivalenței între teoria lui Schiller și abordarea pragmatistă tradițională a adevărului. William James, cel care a oferit varianta clasică cea mai cunoscută a teoriei pragmatiste a adevărului, încearcă, în primul rând, să se

¹³⁷ O expunere a dinamicii doctrinelor pragmatiste și, implicit, a soluțiilor oferite la problema adevărului de către gânditorii pragmatisti poate fi găsită în Corel West, *The American Evasion of Philosophy. A Genealogy of Pragmatism*, The University of Wisconsin Press, 1989.

¹³⁸ F. C. S. Schiller, *Studies in Humanism*, MacMillan, London, 1907, p. 8.

delimiteze de abordările ce făceau din „corespondență” esența adevărului. Astfel, precizează faptul că, *pe de o parte*, este de acord cu adepții teoriei adevărului corespondență atunci când aceștia susțin că adevărul reprezintă un acord cu realitatea, dar, *pe de altă parte*, crede că ceea ce înțeleg aceștia prin „acord” și „realitate” reprezintă opțiuni inacceptabile. Dacă o idee este în acord cu realitatea atunci când copie obiectul vizat, ar rezulta faptul că adevărul este doar o relație statică, inertă. Adevărul ar fi o stare a minții în care o idee corespunde unui obiect; subiectul epistemic, odată ajuns în această *stare* de posesie, ar rezulta „că știe” și ca și-a împlinit destinul de ființă gânditoare.

Dar adevărul nu poate fi doar *o stare* în care știm ceva, *o stare a minții*; James crede că întrebarea fundamentală abia acum trebuie pusă: „Admițând că o idee sau o credință este adevărată, ce importanță concretă va avea în viața cotidiană a cuiva faptul că ea este adevărată?”¹³⁹. Altfel spus, James sesizează faptul că adevărul nu are doar o valoare epistemică, fiind în primul rând un indicator al gradului de cunoaștere, ci are, mai degrabă, *o importanță vitală*. O judecată este socotită adevărată în măsura în care este verificată în practică, conduce la rezultatele scontate și orientează acțiunea către succes; ea devine adevărată în măsura în care este verificată și validată în practica cotidiană. De aici rezultă și importanța vitală a adevărului: „A avea gânduri adevărate înseamnă, oriunde, a avea instrumente inestimabile de acțiune; și că datoria noastră de a dobândi adevărul (...) poate să se justifice prin excelente rațiuni practice (...) A deține adevărul, departe de a fi aici un scop în sine, este doar un mijloc preliminar spre alte satisfacții vitale”¹⁴⁰. Starea de posesie a adevărului nu mai este înțeleasă drept starea finală a procesului de investigație cognitivă; orice investigație de acest gen nu are drept scop „cunoașterea de dragul cunoașterii”, ci procurarea unor instrumente necesare rezolvării unor probleme apărute în viața unei comunități. Adevărul nu mai are o valoare în sine, ci reprezintă un instrument – cel mai important – prin care anumite probleme de viață își găsesc rezolvarea. Dacă o credință nu poate rezolva, în principiu vorbind, un anumit gen de problemă, selectarea sa în categoria credințelor adevărate și integrarea sa printre credințele unei comunități determinate este lipsită de justificare. Doar prin faptul că sunt folositoare, doar prin faptul că rezolvă un anumit gen de problemă, credințele sunt numite adevărate, sunt selectate dintre celelalte și incluse într-o clasă ce poartă un nume ce sugerează valoarea – *clasa credințelor adevărate*.

Odată evidențiate aceste caracteristici ale credințelor ce pot fi numite adevărate, lui James îi va fi ușor să precizeze în ce sens pragmatistii cred că o judecată adevărată este „în acord cu realitatea”. O credință adevărată ne conduce, ne ghidează corespunzător cu privire la faptul vizat: „«A fi de acord», în cel mai larg sens, cu o realitate *nu poate să însemne decât a fi condus (guided) direct către ea sau în împrejurimile ei, sau a fi pus într-un asemenea contact funcțional cu ea încât să o mânuiești, pe ea sau ceva legat de ea, mai bine decât dacă nu ai fi de acord cu ea*”¹⁴¹. Prin urmare, „acordul cu realitatea” al unei credințe nu trebuie să presupună faptul că

¹³⁹ William James, „Conceptia pragmatismului asupra adevărului”, în Andrei Marga (ed.), *Filosofia americană*, vol. I, *Filosofia americană clasică*, Editura All, București, 2000, p. 172.

¹⁴⁰ *Ibidem*, p. 172.

¹⁴¹ *Ibidem*, p. 177.

acea credință copie realitatea vizată, că este un fel de tablou al acesteia, ci faptul *că ne conduce, că ne ajută să intrăm în contact cu realitatea vizată*. Altfel spus, o credință este numită adevărată deoarece reprezintă o regulă de acțiune ce ne ajută să intrăm în mod corespunzător în contact cu un aspect sau altul al realității fizice sau sociale de care suntem direct interesați. În consecință, credințele adevărate ne ajută să ne adaptăm mediului natural și social în care trăim: *cu cât deținem mai multe credințe adevărate, cu atât suntem mai bine adaptați mediului în care trăim*. Această soluție filosofică ar putea fi formulată și altfel: *cu cât deținem mai multe credințe adevărate, cu atât deținem mai multe instrumente pentru a rezolva problemele generate de mediul în care trăim*.

Subliniam mai sus faptul că, pentru pragmatisti, adevărul nu reprezintă o caracteristică intrinsecă a enunțurilor. Așadar, niciodată nu am putea deosebi o propoziție adevărată de una falsă doar pe baza caracteristicilor sale logice sau „interne” (excepție fac adevărurile „etern”, precum cele ale matematicii, ce nu au nevoie de vreo verificare senzorială); diferențele între cele două clase apar doar dacă luăm în seamă consecințele lor practice. Judecățile adevărate ne vor conduce, ne vor ghida, în mod constant, către rezolvarea favorabilă a problemelor, pe când cele false vor eșua în acest proces de ghidare. Împărțind cele două genuri de judecăți, în funcție de puterea lor de a ne ghida corect, în două clase distincte ar rezulta că „adevărul” și „falsul” nu desemnează caracteristici esențiale, intrinsece ale credințelor, ci nume ale unor clase de judecăți. Prin urmare, „adevărul” nu ar fi nimic altceva decât numele unei mulțimi de judecăți valoroase pentru viața unei comunități, reprezentând principalul set de reguli ce ghidează constant în rezolvarea problemelor. Acest set de reguli nu reprezintă însă o mulțime închisă: noi judecăți pot fi acceptate datorită procesului continuu de validare determinat de încercarea de a rezolva constant noi probleme; în același timp, judecăți care au ghidat o bună perioadă cu succes acțiunile membrilor comunității pot fi abandonate deoarece realitățile în care trăiește în prezent comunitatea pot fi altele iar judecățile verificate în vechile condiții de mediu pot să nu mai ghideze corect în noua situație.

În consecință, crede James, „adevărul” nu este decât „un nume colectiv pentru procese de verificare așa cum sănătate, bogăție, putere etc. sunt nume pentru alte procese legate de viață și care sunt de asemenea urmărite pentru că merită să fie urmărite”¹⁴². Un enunț poate fi inclus în clasa enunțurilor adevărate dacă este verificat (fie direct, fie indirect) sau, în cazul celor *ante rem*, verificabil. Atunci când spunem că cineva este „sănătos”, spunem despre o serie de procese biologice și fiziologice – precum digestia, circulația și compoziția sângelui, funcționarea scoarței cerebrale, a aparatului respirator, somnul său – că se petrec în anumiți parametri normali. Pentru a folosi un singur termen care să se poată referi la toate aceste procese și organe care funcționează bine, vom spune că organismul este „sănătos”. Similar, pentru a nu mai trece în revistă toate situațiile de verificare cărora le-a făcut față o credință până la un moment dat, spunem că este „adevărată”. „Pe scurt, «ceea ce este adevărat» nu este decât expedientul pentru felul nostru de a gândi, tot așa cum «ceea ce este bine» nu este

¹⁴² *Ibidem*, p. 180.

decât expedientul practic pentru felul nostru de a ne comporta”¹⁴³. Modalitatea cea mai potrivită pentru a indica și recomanda acele credințe ale noastre ce ne-au condus adecvat, ne-au ghidat cu succes, astfel încât să fie însușite și de alții (fără a mai trimite la o multitudine de verificări trecute), este aceea de a spune că sunt *adevărate*.

Încercând să lămurească doctrina lui James asupra adevărului, Hilary Putnam crede că acest fragment este extrem de important: a fost atât sursa unor serioase neînțelegeri, cât și formularea prin care James a încercat să explice cel mai bine propria accepțiune oferită adevărului. Putnam atenționează asupra faptului că în acest fragment *James nu a intenționat să ofere o definiție a adevărului*, ci a indicat doar o modalitate în care gândirea poate face un scurt-circuit, poate să o ia pe o scurtătură în desfășurarea propriilor gânduri. A spune că un enunț este adevărat nu înseamnă altceva decât a spune că „a ghidat corect în majoritatea cazurilor de până acum” fără a mai trimite la acele cazuri. „Adevărul” este utilizat drept expedient pentru acele cazuri în care propoziția respectivă a funcționat cu succes drept regulă de acțiune. Însă „adevărul” nu este singurul expedient pentru gândirea și propozițiile noastre. „În cazul enunțurilor «factice» paradigmatic, inclusiv al celor științifice, un gen de caracter expedient pe care James îl menționează în mod repetat este cel al utilității pentru predicție, în timp ce despre alte deziderate – conservarea doctrinelor trecute, simplitate și coerență («ceea ce se potrivește cel mai bine cu fiecare parte a vieții și se îmbină cu colectivitatea cerințelor experienței, fără a fi nimic omis») – spune că se aplică enunțurilor de toate tipurile”¹⁴⁴. Așadar, adevărul nu este singurul expedient pentru gândirea umană.

În consecință, nu trebuie să legăm doctrina pragmatistă a adevărului de interpretarea mult și fără temei vehiculată conform căreia *a fi adevărat înseamnă a avea consecințe bune sau utile*. Adevărul este numele unei mulțimi de propoziții care, îmbrățișate drept reguli de acțiune, au condus, au orientat cu succes acțiunea și care, astfel, au fost verificate. Dar când James spune toate aceste lucruri nu înseamnă că echivalează „a fi adevărat” cu „a fi confirmat” sau cu „a fi verificat”, ci doar oferă o modalitate prin care sunt trecute sub tăcere toate cazurile în care o propoziție a fost confirmată sau verificată. Folosirea lui „adevărat” este o modalitate de a face economie în gândire, în exprimare și în acțiune (unei propoziții ce a fost catalogată drept adevărată i se acceptă verificarea indirectă) și, implicit, o modalitate prin care oferim o indicație asupra valorii unei propoziții. În formularea lui Rorty, James a folosit „adevărat” ca pe un termen de laudă, ca pe un termen de aprobare, și nu ca pe unul explicativ, ca pe unul ce ar fi putut să lămurească, de pildă, motivul pentru care aveau succes cei ce dețineau credințe adevărate¹⁴⁵.

Meritul incontestabil al teoriei propuse și apărute de James este acela de a fi susținut dependența adevărului de interesele unei comunități. Dar aceasta nu în sensul că interesele comunității ar determina o propoziție să devină adevărată, ci în sensul că o propoziție adevărată poate fi un instrument util doar în funcție de o anumită situație, de un anumit context sau de un anumit interes. „Un adevăr trebuie întotdeauna preferat

¹⁴³ *Ibidem*, p. 182.

¹⁴⁴ Hilary Putnam, *Pragmatism. An Open Question*, Blackwell, Oxford, Cambridge, 1996, pp. 9-10.

¹⁴⁵ Richard Rorty, „Pragmatismul, Davidson și adevărul”, în *Obiectivitate, relativism și adevăr, Eseuri filosofice* 1, p. 237.

unui neadevăr atunci când ambele se referă la aceeași situație; când nu există legătură cu situația, adevărul este la fel de puțin o datorie ca și neadevărul. Dacă mă întrebați cât este ceasul iar eu vă răspund că locuiesc pe Strada Irving nr. 95, răspunsul meu poate fi chiar adevărat, însă dumneavoastră nu înțelegeți de ce consider de datorie mea să vi-o dau. O adresă falsă ar fi la fel de nimerită aici”¹⁴⁶. Mai mult, adevărul nu trebuie prețuit pentru faptul că ar fi ceva valoros în sine; o propoziție pe care o numim „adevărată” este valoroasă doar pentru că, în anumite situații, ne poate ghida cu succes și, în felul acesta, putem rezolva o problemă sau apăra un interes. Dar propoziția respectivă nu ne ghidează corect pentru că ar fi adevărată, ci noi o etichetăm drept „adevărată” tocmai pentru că ne-a ghidat corect. În felul acesta, o recomandăm tuturor celor interesați de un ghid necesar intrării în contact cu anumite situații sau fapte.

Încercarea cea mai cunoscută de a lega adevărul de interesele unei comunități îi aparține filosofului neo-pragmatist Richard Rorty. Considerațiile sale trebuie privite în contextului efortului pe care l-a întreprins de a depăși filosofia înțeleasă ca epistemologie și considerarea adevărului drept problemă centrală a acesteia, problemă ce ar putea fi rezolvată prin teorii sau argumente. Teoriile sau explicațiile asupra naturii adevărului s-au născut, crede Rorty, din faptul că filosofii clasici au fost prizonierii unei anumite reprezentări pe care Davidson a numit-o „dualismul schemă-conținut”. Această reprezentare postulează existența a două domenii ontologic-distincte: *pe de-o parte* credințele, *pe de alta* non-credințele sau stările de lucruri. „Reprezentarea acestor două domenii ne permite să ne imaginăm adevărul drept o relație între anumite credințe și anumite non-credințe care (a) are o natură non-cauzală și (b) trebuie să fie «corect analizată» înainte de a putea respinge (sau ceda victoria) scepticului epistemologic”¹⁴⁷. Pentru a scăpa de această reprezentare aptă să creeze iluzii teoretice, ce au condus în timp la încercări nenumărate de a construi o teorie a adevărului, Rorty recomandă adoptarea a patru principii pragmatiste:

- (1) „«Adevărat» nu are nici o utilizare explicativă;
- (2) Înțelegem tot ceea ce e de știut despre relația credințelor cu lumea atunci când înțelegem relațiile lor cauzale cu lumea (...);
- (3) Credințele nu sunt «făcute adevărate» de către lume;
- (4) Dezbatările dintre realism și anti-realism nu au nici un rost, căci ele presupun ideea inconsistentă și înșelătoare de credințe «făcute adevărate»”¹⁴⁸.

Adevărul nu necesită o teorie deoarece „adevărat” nu desemnează o trăsătură intrinsecă a anumitor propoziții și nici nu explică ceva. Natura relației credințelor noastre cu lumea nu este una ocultă sau non-naturală astfel încât să putem spune despre ea că ar fi ceva de genul „adevărat”; credințele noastre despre lume pot fi explicate fără rest prin relațiile lor cauzale cu stările de lucruri la care se referă. Dacă spunem despre o credință că este „adevărată”, acest fapt nu poate fi explicat prin invocarea unei relații speciale pe care respectiva credință ar avea-o cu lumea; lumea nu poate face vreo credință să fie adevărată și nici nu poate să ne constrângă în vreun fel în a desemna o credință drept

¹⁴⁶ William James, „Concepția pragmatismului asupra adevărului”, p. 187.

¹⁴⁷ Richard Rorty, „Pragmatismul, Davidson și adevărul”, p. 240.

„adevărată”. Când spunem despre o credință că este adevărată nu facem o judecată despre o anume esență a ei sau despre o relație non-cauzală pe care ar întreține-o cu lumea, nu ne referim la o entitate esoterică, ci îi aducem o laudă, îi facem un compliment sau ne manifestăm aprobarea față de ea.

Adevărul fiind doar o simplă „laudă” adusă unei propoziții, este cu totul nepotrivit să ne întrebăm care ar fi „natura adevărului” sau să elaborăm o teorie prin care să răspundem la întrebarea „Ce este adevărul?”. Dacă numim anumite propoziții drept adevărate, aceasta se întâmplă doar prin „acordul neforțat” al membrilor unei comunități. Niciodată nu ne vom putea ridica deasupra „tuturor comunităților reale și posibile” pentru a ajunge la „corespondența cu realitatea așa cum este ea în sine”, pentru a atinge Adevărul. „E cu neputință să ne imaginăm, cred, un moment în care rasa umană să se poată liniști și spune: «Ei bine, acum că am ajuns în sfârșit la Adevăr ne putem relaxa» (...) Scopul activității umane nu este repausul, ci mai degrabă o activitate umană mai bogată și mai bună”¹⁴⁹. Înțelegerea adevărului ca singură perspectivă corectă asupra lucrurilor, adevărul ca „perspectivă a ochiului divin” este strâns legată de o anumită „voință de obiectivitate” care le este străină pragmatistilor. Dimpotrivă, filosofii din această categorie ar dori să înlocuiască „dorința de obiectivitate” cu „dorința de solidaritate” și „realitatea superioară comunității” cu comunitatea și instituțiile din care fac parte la un moment dat. „Referința la asemenea instituții întrupează ideea de «interacțiune liberă și deschisă» - acel tip de interacțiune în care e imposibil ca adevărul să nu câștige. Conform acestei concepții, a spune că adevărul va câștiga într-o astfel de interacțiune nu înseamnă a face o afirmație metafizică despre legătura dintre rațiunea umană și natura lucrurilor. Înseamnă doar a spune că cel mai bun mod de a descoperi ce să credem este acela de a asculta cât mai multe sugestii și argumente posibile”¹⁵⁰.

Prin urmare, adevărul nu este numele unei relații de un tip special, relație existentă între rațiune și esența lucrurilor, ci o modalitate prin care o comunitate își exprima acordul cu privire la anumite propoziții. Voința de a intra în relație cu esențele sau cu realitatea obiectivă este înlocuită cu voința de a interacționa liber cu alți oameni; voința de a dobândi credințe ultime este înlocuită cu voința de a construi argumente, a susține o credință sau alta, pentru care există temeiuri recunoscute de majoritatea membrilor comunității; voința de adevăr (absolut) este înlocuită cu voința de libertate – libertatea de a argumenta sau de a fi sau nu de acord cu ceilalți.

(2) Limitele abordării pragmatiste a adevărului. Încă de la începutul secolului al XX-lea când, Peirce, James, Dewey sau Schiller își exprimaseră poziția în problema adevărului, criticile la adresa pragmatismului nu au încetat să apară. Poate cea mai cunoscută critică la adresa doctrinei pragmatiste clasice a adevărului îi aparține lui Bertrand Russell. După filosoful britanic, pragmatistii au greșit semnificativ atunci când au pus semul egalității între *adevăr* și *utilitate* sau *consecințele favorabile*. Motivul este simplu: sunt destule cazuri în care este mai util să crezi ceea ce este fals decât ceea ce este adevărat. Dacă între adevăr și utilitate ar exista, într-adevăr, o legătură esențială, nu

¹⁴⁸ *Ibidem*, pp. 239-240.

¹⁴⁹ *Idem*, “Știința ca solidaritate”, în *Obiectivitate, relativism și adevăr, Eseuri filosofice* 1, p. 103.

ar fi posibil ca, într-o situație anume, îmbrățișarea unei opinii false să fie mai profitabilă decât îmbrățișarea unei opinii adevărate. Cu toate acestea, Russell recunoaște că, în anumite situații, utilitatea poate fi înțeleasă drept un criteriu al adevărului; totuși, din faptul că utilitatea se dovedește uneori un bun criteriu nu rezultă că este identică cu adevărul. Pentru a susține acest raționament, Russell propune următorul exemplu: atunci când mergem într-o bibliotecă, catalogul cărților existente în acea instituție este un criteriu util pentru identificarea unei cărți. În loc să pierdem timpul cercetând haotic rafturile, putem consulta catalogul; dar, odată cu identificarea datelor cărții prin intermediul catalogului, nu înseamnă ca am identificat și găsit cartea propriu-zisă. Filosoful britanic crede că, în mod evident, catalogul este un bun instrument, un bun criteriu, dar nu poate justifica adevărul propoziției „cartea este în bibliotecă”; aceasta pentru că, după Russell, „când spunei despre o carte că este în bibliotecă *nu vrei să spunei* prin aceasta că este menționată în catalog. Vrei să spunei că această carte este de găsit undeva în rafturi”¹⁵¹. Acest exemplu îi va permite lui Russell să susțină că *faptele* (existența propriu-zisă a cărții pe raft) și nu *criteriul* (simpla menționare în catalog) reprezintă condiția esențială pentru stabilirea adevărului unei propoziții. „Condițiile de adevăr”, adică *faptele*, sunt cele care ne permit să spunem despre credințele noastre că ar fi adevărate sau false, și nu criteriul lor. Așadar, în opinia filosofului britanic, James ar fi comis o eroare gravă: a redus căutarea privind natura și semnificația adevărului la identificarea unui criteriu. Totuși, este posibil ca un enunț să satisfacă cerințele impuse de criteriu și să nu fie adevărată; motivul este simplu: propoziția s-ar putea să nu satisfacă „condițiile de adevăr”, să nu fie în concordanță cu faptele.

Critica lui Russell la adresa teoriei propuse de James asupra adevărului face parte din categoria mai largă a încercărilor de a demonstra faptul că filosoful american a pus semnul egalității fie între adevăr și verificare, fie între adevăr și utilitate, fie între adevăr și consecințele favorabile, fie între adevăr și succesul în acțiune. Or, așa cum am încercat să explicăm și în subcapitolul anterior, James nu a procedat la o astfel de identificare deoarece, atunci când spune „că *p* m-a condus cu succes, deci *p* este adevărată”, el nu face o aserțiune asupra naturii adevărului și nici nu schițează o definiție a acestuia. Pur și simplu, „adevărul” este un expedient al gândirii sau, așa cum spunea Rorty, o laudă pe care o aducem unei propoziții. Bertrand Russell, în critica sa, presupune ca fiind de la sine înțeleasă distincția între definiția și criteriul adevărului. Mai mult, crede că orice teorie filosofică asupra adevărului trebuie construită pe acești doi piloni: identificarea criteriilor pe care trebuie să le satisfacă enunțurile adevărate și precizarea naturii adevărului. Or, teoria lui James este, din punctul acesta de vedere, atipică. În primul rând, teoria sa, fiind una non-metafizică, nu presupunea că adevărul ar avea vreo esență sau vreo natură anume; în al doilea rând, nu este o teorie care ne pune la îndemână criterii ale adevărului, cât, mai degrabă indicații cu privire la utilizarea lui „adevărat”. Sunt numite „adevărate” acele propoziții ce ne-au ghidat corect într-o anumită situație, ne-au condus cu succes către un anumit fapt; dar, precizează James,

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 104.

propozițiile sunt numite „adevărate” pentru că ne-au ghidat corect, și nu ne-au ghidat corect pentru că sunt adevărate. Dacă luăm în calcul toate aceste aspecte ale teoriei lui James, cu greu am putea oferi credit criticii concepute de Russell: dacă filosoful nu a fost preocupat de înțelegerea naturii adevărului și nici de identificarea unor criterii ale adevărului, ci doar de identificarea unor criterii de utilizare ale „adevărului”, nu avea cum să identifice natura adevărului cu criteriile sale.

Principala obiecție ridicată la adresa poziției apărute de Rorty în chestiunea adevărului este aceea că se îndepărtează de obiectivism, promovând, în schimb, *relativismul*. Punerea adevărului în dependență de „comunitate”, de „acordul neforțat al membrilor unei comunități” este socotită drept sprijinire fățișă a relativismului. Or, mulți filosofi realiști cred că aderarea la o poziție de tip relativist exclude posibilitatea unei atitudini coerente și credibile în soluționarea problemei adevărului. Poziția realistă (care, în privința adevărului, înclină către o specie sau alta a teoriei adevărului corespondență) este strâns legată de recunoașterea autonomiei stărilor lumii în raport cu stările minții umane și apără ideea conforma căreia obiectivitatea cunoașterii și a adevărului este legată, într-un fel sau altul, de obiectivitatea stărilor lumii externe. După cum am constatat, Rorty exclude posibilitatea acceptării unei realități obiective, a unei entități care să ne constrângă în a accepta adevărul sau falsitatea enunțurilor noastre.

Replica filosofului pragmatist pleacă de la luarea în calcul a trei posibile accepțiuni ale relativismului: *în primul rând*, relativismul ar putea fi echivalat cu ideea conform căreia orice convingere este la fel de bună ca oricare alta; *în al doilea rând*, Rorty crede că relativismul ar putea să însemne faptul că adevărul este un termen echivoc ce posedă tot atâtea semnificații câte proceduri de justificare există; *în al treilea rând*, relativismul ar putea fi exprimat prin ideea că nu există nimic esențial de spus despre „adevăr” sau „raționalitate” în afara procedurilor de justificare familiare pe care le utilizează „comunitatea noastră”. Deliberând, filosoful va spune că prima accepțiune este inacceptabilă deoarece este autocontradictorie (este contradictoriu să susținem că *p* și *non-p* pot ocupa exact același loc în rețeaua noastră de credințe), iar a doua este excentrică. Abia ce-a de-a treia poziție este îmbrățișată de pragmatism (implicit, și de Rorty), poziția etnocentrică¹⁵². Însă, etnocentrismul, fiind o formă de solidaritate, are drept fundament ideea de *cooperare umană*, care este, în esență, o idee de natură etică, și nu de esență epistemologică sau metafizică. Așadar, neaflându-se în posesia vreunei epistemologii anume, pragmatistul nu poate fi nici în posesia unei epistemologii relativiste, nici în posesia unei doctrine relativiste asupra adevărului. Prin urmare, acuzele de relativism formulate la adresa „doctrinei” rortyene a adevărului ar fi superflue, lipsite de orice logică sau justificare.

Fără a mai întârzia asupra gradului în care replica lui Rorty poate fi considerată sau nu problematică, este cert că poziția exprimată în filosofia pragmatistă asupra adevărului este una dintre cele mai consistente. Reușind să depășească obsesiva întrebare a cercetărilor de tip pur metafizic „Care este natura adevărului?”,

¹⁵¹ Bertrand Russell, “William James Conception of Truth”, în vol. *Philosophical Essays*, Allen and Unwin, London, 1910, p. 120.

¹⁵² Richard Rorty, “Solidaritate sau obiectivitate?”, în *Obiectivitate, relativism și adevăr, Eseuri filosofice* 1, pp. 78-79.

pragmatismul a făcut posibile o serie de doctrine ce pun în evidență rolul „adevărului” în gândire, impactul propozițiilor considerate adevărate în viața de zi cu zi, faptul că o propoziție adevărată se poate constitui într-un instrument de rezolvare a unei probleme într-o situație anume.

ELABORAREA PRODUSELOR DE RELAȚII PUBLICE II

Prof. dr. Petru BEJAN

CUPRINS

INTRODUCERE

1. Textul – accepțiuni, clasificare
2. Scriitură și stil
3. Scriitori și scriptori
4. Scriitura ca practică instituțională
5. Constrângeri în materie de scriitură

I. TIPURI DE SCRITURĂ ÎN RELAȚIILE PUBLICE

1. Strategii ale seducției / strategii ale încrederii?
2. Modalități ale comunicării publice
3. Modalități de lucru cu presa
4. Știrea de presă
5. Comunicatul de presă
6. Conferința de presă
7. Briefing-ul de presă
8. Dosarul de presă
9. Alte modalități de comunicare cu publicul

II. TIPURI DE SCRITURĂ ÎN PUBLICITATE

1. Ideologii și tehnici ale seducției
2. Tipologii ale înscrisurilor publicitare
3. Exemple de scriitură publicitară
4. Addenda

Probleme fundamentale ale unității de curs:

1. tipuri de scriitură în relațiile publice
2. tipuri de scriitură în publicitate

Scopul unității de curs:

- familiarizarea studenților cu modalitățile de scriitură utilizate în comunicarea publică

Obiectivele unității de curs:

- a) clarificarea aspectelor conceptuale și metodologice presupuse de teoria și practica scrisului;
- b) asimilarea tehnicilor de redactare a documentelor cu caracter public;
- c) dezvoltarea abilităților de comunicare în sistemul relațiilor publice;

Modalități de evaluare a studenților:

- a) Examen aplicativ = 75% din nota finală;
- b) Teme efectuate la activități tutoriale = 25% din nota finală.

INTRODUCERE



1. Textul – accepțiuni, clasificare

Înainte de a purcede la “tratamentul” propriu-zis al temei anunțate de titlul cursului, se cuvin lămurite conceptele de *text* și *scriitură*, așa cum s-au impus în discuțiile culturale recente, pentru a putea preciza cu claritate înțelesurile utilizate de noi în paginile următoare.

Text, în vorbirea curentă, desemnează:

- totalitatea frazelor care se constituie într-o scriere sau operă;
- versiunea originală, autentică, a unei scrieri.

El se pliază pe două realități:

- una materială, dată de asamblarea semnelor grafice;
- alta mentală, intensională, surprinzând conținutul, sensul sau ideea.¹

Cîteva *accepțiuni ale textului* par să se fi încetățenit deja:

- document scris (operă literară, filosofică...);
- “ocurență comunicativă” (scrisă ori vorbită);
- “practică semnificantă” (nu “document”, ci spațiu virtual de emergență a semnificației).

Care este “mărimea” acceptabilă a unui text?

- unele pot fi minimale, compuse și dintr-un singur cuvînt (de exemplu, ordinele și comenzile din armată);
- altele maximale, asamblînd construcții frastice de anvergură (romanele, enciclopediile, hipertextul Internetului...).

Pentru ca un text să fie recunoscut ca atare, se impune ca în structura lui să juxtapună minimum două fraze, astfel încît și exigențele lecturii și ale decodificării să fie satisfăcute.

Cărui tip de comunicare îi corespunde apelativul de “text”?

În sens larg, text poate fi orice experiență semnificantă, depășind chiar nivelul discursivității. Tot ceea ce se înfățișează ca semn are o semnificație, așadar solicită lectură și interpretare. Dacă recunoaștem în conceptul de *discurs* dubla posibilitate de

¹ Cf. Paul Cornea, *Introducere în teoria lecturii*, Editura Minerva, București, 1988, p.5 sq. Utilă, din perspectivă lingvistică, este și lucrarea lui Emanuel Vasiliu, *Introducere în teoria textului*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1990.

expunere - scrisă și vorbită -, lăsăm *textului* doar posibilitatea comunicării prin semne scrise, prin “urme” lecturabile.

Textul este deci un “înscriș”, un discurs compus din semne grafice inteligibile.

Să observăm, ca date prealabile, următoarele distincții între scriere și oralitate:

- comunicarea orală este tranzitivă, dialogală și circulară;
- cea scriptică este netranzitivă, mediată și univocă.

Cuvântul rostit se înscrie într-o ordine liniară, succesivă și efemeră; el “sună” și dispare spontan în practica vorbirii, în timp ce scrisul – chiar dacă durabil - este egoist, “non-cooperativ”, lipsit de reacție și răspuns imediat din partea cititorului. Discursul rostit este mult mai ușor de personalizat; vorbitorul, prin mimică și gesturi adecvate, îi sporește forța de impresionare - atături absente mesajului scris. Acesta din urmă se bucură în schimb de avantajele premeditării și redactării sistematice, după standardele ortografice și ortoepice acceptate, dar și funcție de exigențele persuasive ale retoricii.

Clasificări ale textelor

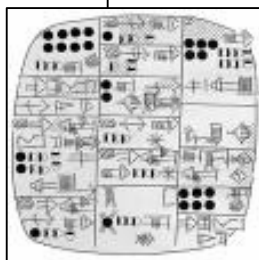
Teoreticienii textului au propus *tipologii* dintre cele mai ingenioase, plecând de la criterii diferite.

J. Lotman distinge, de pildă, texte:

- **cu subiect** (intrigă și personaje);
- **fără subiect** (calendarul, anuarul telefonic, mersul trenurilor...).

W. Dressler și R. de Beaugrande separă textele în:

- **descriptive;**
- **narative;**
- **argumentative.**



O clasificare ceva mai sofisticată, dar apropiată de realitate, propune Lita Lundquist. Luând ca reper trei funcții (emotivă, referențială și conativă), ea deosebește textele plecând de la *formele de reprezentare mimetice* sau *nonmimetice*. Astfel:

- funcția **emotivă** este satisfăcută de expresivitatea mimetică a unui *discurs* compus după o rețetă prealabilă sau de cea nonmimetică a *poemului*;
- cea **referențială** se configurează ca:
 - *informație* (memoriu științific, știre sau eseu);
 - *dialog* (conversație sau comedie, dramă);
 - *narațiune* (biografie sau roman, nuvelă);
 - *descriere* (dare de seamă, rețetă culinară sau portret);
- cea **conativă** ia forma:
 - *argumentativă* (discurs politic, juridic, gazetăresc);
 - *directivă* (publicitate, prescripție, aviz oficial sau predică).

Din punctul nostru de vedere, textul este folosit în înțeles de mesaj scris, de scriitură – mod de a fabrica “înscrisuri”, ansamblu de semne grafice, purtătoare ale unor semnificații inteligibile, stabilite prin consens. Textul este deci scriere și rescriere, scriitură în sens larg.

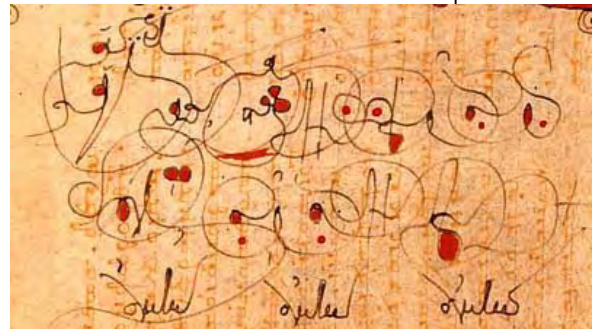
2. Scriitură și stil

Are scriitura, ca exercițiu grafic, o istorie a sa?

Scrisul ca experiență culturală sau ca practică semnificantă are o tradiție venerabilă. Limbajul semnelor este legat de primele intenții conștiente de comunicare ale omului. O dovedesc numeroasele “urme” și inscripții arhaice, desene și picturi naive jucând rolul unei scriituri simbolice destul de ingenioase, care combină reprezentări figurative, forme curbate sau linii. Pentru a comunica, sumerienii și egiptenii recurgeau, încă de acum șase milenii, la simboluri vizuale, pictograme sau hieroglife. Astfel de semne grafice au primit, treptat, la fenicieni, greci și latini, un înțeles tot mai abstract. Scriitura “în imagini” va face loc celei ideografice, iar aceasta scrierii alfabetice.

Fiecare cultură își are un mit al începuturilor scrisului, cum a devenit cel al lui Theut din *Phaidros*-ul platonician sau tribulațiile în jurul lui Hermes, inventatorul grec al scrisului. Variațiunile grafice ale diferitelor sisteme de scriitură sînt justificate de particularitățile culturale, istorice, de natura suporturilor și a uneltelor folosite.

Scriitura transpune grafic gîndirea, o face evidentă, vizibilă și comprehensibilă. Ea este de multe ori marcă a personalității și oglindă fidelă a caracterului cuiva. De altfel, fonetizarea scriiturii s-a făcut și din dorința de a surprinde grafic numele proprii, tocmai pentru a fixa lingvistic diferența personală. *Semnătura devine astfel, în Europa medievală, un elaborat exercițiu de scriitură.* Ea va diminua treptat valoarea fonetică a semnelor grafice în favoarea unei imagini bine individualizate; semnătura este propriul nume transpus în imagine identitară.



Ea va diminua treptat valoarea fonetică a semnelor grafice în favoarea unei imagini bine individualizate; semnătura este propriul nume transpus în imagine identitară.

Scrierea numelui propriu și mențiunile autografe reclamă găsirea acelor semne care să dea prestanță și distincție aristocratică. Regele este solicitat dese ori să semneze; în fapt el “subscrie” formal la textul compus de cel investit cu această sarcină.

Este recunoscută importanța acordată caligrafiei în scriptoriile Evului Mediu. Tehnica anluminurilor presupunea efort, talent și migală. Copistul, prin formele desenate, prin subtilele artificii grafice, nu doar reduplica și actualiza un text inițial, ci îl “rescria” vizual, peentru a deveni mai plăcut și convingător. El este un retor tăcut, mînuind semnele discrete ale alfabetului într-o compoziție grafică pe cît posibil inedită.

Paul Claudel credea că scriitura occidentală este o mai degrabă figurativă; cuvintele, prin forma lor, reiterează liniile și trăsăturile obiectelor.² Pictogramele și

² Cf. Paul Claudel, *Position et Propositions, Idéogrammes occidentaux*, Gallimard, Paris, 1926.

ideogramele, de altfel, nu au fost abandonate în ambientul lumii de azi. Semne rutiere, hărți, ghiduri turistice, ecranul calculatorului, etichetele produselor cumpărate, cataloagele informative, bannere publicitare nu se ivesc la tot locul?

Conceptul de scriitură ca atare primește în a doua jumătate a secolului trecut, în Franța cel puțin, o atenție cu totul specială. O dovedesc numeroasele scrieri cu caracter istoric, literar sau semiotic³.

Este conceptul de scriitură unul univoc?

Conceptul de scriitură s-a impus mai întâi în discuțiile literare occidentale ulterioare anului 1950. Este probabil meritul lui *Roland Barthes* de a fi făcut din scriitură un “personaj” respectabil, devenit, într-o inspirată antologie românească de texte barthesiene, subiect de roman. *Romanul scriiturii* reia fragmente din lucrările consacrate ale semiologului francez, în care scriitura devine pretext itinerant⁴. Să amintim doar *Le Degré zéro de l'écriture* (1953), *Mythologies* (1957) sau *Plaisir du texte* (1973) ca piese de referință, fără ca în celelalte texte autorul să se depărteze serios ori să abandoneze definitiv *leit-motivul* invocat.

Considerat de Philippe Rogier “o figură eponimă a decadenței noastre”, Barthes adoptă față de literatură și limbajul acesteia – miza interesului său speculativ - o conduită mai curînd estetică, de “suprafață”, recuzînd profunzimile suspecte și seriosul prețios ambalat. Limbajul este, de altfel, subiectul și obiectul său privilegiat.

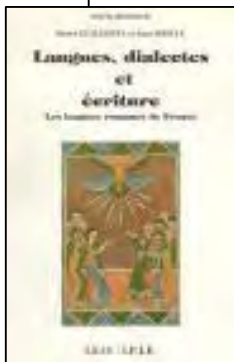
Ce este scriitura? Ce este textul?

Pentru Barthes, scriitura este o noțiune sociologică și lingvistică, o instanță formală, situată între limbă și stil, văzute ca produsele naturale, “oarbe”, ale Timpului. Scriitura este un act de solidaritate istorică, surprinzînd raportul glisant dintre creație și societate, “limbajul literar transformat prin destinația sa socială”⁵.

³ Cf. André-Leicknam (Béatrice) & Ziegler (Christiane), *Naissance de l'écriture*, Réunion des Musées Nationaux, 1982 ; Bonfante (Larissa), Chadwick (John), Cook (B.F.), Davies (W.V.), Healey (John F.), Hooker (J.T.) & Walker (C.B.F.), *La Naissance des écritures : du cunéiforme à l'alphabet*, Seuil, Paris 1994; Breton-Gravereau (Simone) & Thibault (Danièle) [Dir.], *L'aventure des écritures : matières et forme*, Bibliothèque Nationale de France, Paris, 1998; Calvet (Louis-Jean), *Histoire de l'écriture*, Coll. Pluriel, Hachette, 1996; Etiemble, *L'écriture*, Coll. Idées, Gallimard, Paris, 1973; Février (James), *Histoire de l'écriture*, Coll. Grande Bibliothèque, Payot, Paris, 1959 & 1995; Frutiger (Adrian), *L'Homme et ses signes*, Atelier Perrousseaux, Reillanne (France), 1978 & 2000; Henry-Munsch (René), *Histoire de l'écriture*, Bloud et Gay, Tournai, 1961; Jean (Georges), *L'écriture, mémoire des hommes*, Coll. Découvertes, Gallimard, Paris, 1987; Mandel Khân (Gabriele), *L'écriture arabe, alphabet, styles et calligraphie*, Flammarion, Paris, 2001; Zali (Anne) [Dir.], *L'aventure des écritures: la page*, Bibliothèque Nationale de France, Paris, 1999; Mandel (Ladislav), *Ecritures, miroir des hommes et des sociétés*, Atelier Perrousseaux, Reillanne (France), 1998.

⁴ Roland Barthes, *Romanul scriiturii*, antologie de Adriana Babeți și Delia Șepețeanu-Vasiliu, Editura Univers, București, 1987.

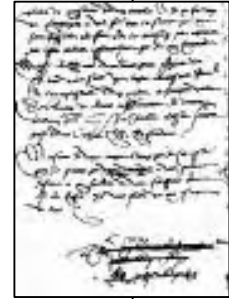
⁵ idem, *Le Degré zéro de l'écriture*, Editions du Seuil, Paris, 1953, p.14.



Prin ce diferă stilul de scriitură? Stilul – crede Barthes – este “consistență”, în vreme ce scriitura ar fi “insistență” pe suprafața limbajului, exercițiu ludic de semnificare.

În *Encyclopaedia universalis*, Barthes notează, cu titlu explicativ, că **textul** ar fi:

“acel ceva “legat constitutiv de scriitură (text = ceea ce e scris) – poate și pentru că însuși desenul literelor, deși liniar, sugerează mai mult decât vorbirea antrelacurile unei țesături (etimologic, *text* înseamnă *țesătură*) – el consolidează în operă tocmai lucrul scris”.⁶



Forma, scrie Barthes în *Gradul zero al scriiturii*...se înfățișează asemeni unui obiect; “orice faci, scandalizează: splendidă, ea pare demodată; anarhică, este asocială; deosebită în raport cu timpul și oamenii, sub orice chip, ea este singurată”.⁷

Scriitura s-a solidificat treptat, fiind succesiv obiect al privirii, al acțiunii și chiar al crimei. Astăzi, trăim experiența unei scriituri “neutre”, inocente, marcate de absența autorului, subiectului și chiar operei. Astfel, Camus, Blanchot sau Cayrol își divulgă predilecția pentru o “scriitură albă”, iar Queneau ilustrează foarte bine tipul “scriiturii vorbite”.

Inițial liberă, scriitura creează un felurite constrângeri, care îl leagă pe scriitor de Istorie și de exigențele acesteia, silindu-l să se replezeze îndărătul semnelor care îi convin - uneori în direcție realistă, alteori naturalistă sau excesiv convenționalistă.

Vorbind despre *Utopia limbajului*, Barthes invoca realitatea modernă a proliferării tipurilor de scriitură, care face din formă “un soi de mecanism parazitar al funcției intelectuale”, obligându-l pe scriitor să subscrie stilistic la direcția dată de moda și exigențele - inclusiv ideologice - ale unui timp. Această fatalitate duce la impunerea anumitor scheme discursive, a unor clișee sau stereotipuri agreate și acceptate, dar și a unui limbaj “revoluționar”, ispitit de volutele primenirii.

“Există deci un impas al scriiturii, iar acesta este impasul societății însăși; scriitorii de azi simt acest lucru: pentru ei căutarea unui non-stil, sau a unui stil oral, a unui grad zero sau a unui grad vorbit al scriiturii înseamnă, de fapt, anticiparea unei stări perfect omogene a societății...”⁸

Scriitura literară de astăzi balansează între libertate și necesitate; libertatea de a inova și deconstrui limbaje, necesitatea de a se sincroniza ritmurilor Istoriei.

Mitologiile sugerează posibilitatea unei “moralități” a scriiturii, pledând pentru o eliberare a scrisului de toate constrângerile ideologice și utilitare.

În *Plaisir du texte*, Barthes vorbește despre “moartea autorului”, a persoanei sale civile, instituționale, pasionale și biografice, scriitura fiind *știința desfătărilor*

⁶ cf. Adriana Babeți, *Prefață la Romanul scriiturii*, p. 20.

⁷ Roland Barthes, *Gradul zero al scriiturii*, în *Romanul scriiturii*, p. 52

⁸ *ibidem*, p.67.

limbajului, kamasutra sa.⁹ Aici *Textul* se substituie scriiturii; este scriitura în act, țesere și rețesere ludică de semnificații, procurînd plăcere și desfătare aidoma celei erotice.

În *Fragmente dintr-un discurs îndrăgostit* (1977), scriitura este “debordare” stilistică, departe de un cod literar “clasat”. Scriitura sau textul vor deveni în *Lecția* din 1977, ținută la “Collège de France”, sinonime ale Literaturii. Îndrăgostitul de limbaj va urma doar logica plăcerii, a desfătării scrisului și a lecturii; el este un Neutru în raport cu ideologia și cu interesele pragmatice.



Rolul scriiturii este acela de a comunica sau de a exprima ceva. Există, crede Barthes, un destin și o istorie a tipurilor de scriitură. Literatura stă mărturie asupra multiplelor disponibilități stilistice și scriptice; viața formei se împletește cu destinul textului. Forma poate fi insolită sau banală, sfidătoare sau familiară, dezgustătoare sau obiect de seducție; ea poate captiva, dar și ucide.

În școlile bisericești ale primelor secole creștine și ale Evului Mediu, o greșeală de ortografie sau un viciu de exprimare erau considerate mult mai grave decât chiar o crimă îndreptată asupra unui om.

Care sînt tipurile de scriitură, după Barthes?

Scriitura, ca exercițiu de subiectivitate, este o formă ludică de combinare a semnelor, traducerea exterioară a unor emoții și idei. De aceea, *grafia* nu se lasă epuizată de formele scrisului și desenului. Scriitură, crede Barthes, poate fi și:

- bio-grafia;
- auto-bio-grafia (ego-grafia);
- chore-grafia (scriitura corporală);
- eroto-grafia;
- foto-grafia;
- cripto-grafia...

“Retorica este fața îndrăgostită a scriiturii”

Scriitura este de fiecare dată recunoașterea “rostirii celui alt”. Pentru a o feri de banalitate sau pentru a-i da un plus de originalitate, scriitorul solicită figurile consacrate ale retoricii. Limitele acestora sînt gongorismul și “scriitura albă”, căci scrisul înseamnă și tăcere. Scrisul, prin chiar estetismul lui, poate persuade; el devine “vocea” tăcută a limbajului, retorică silențioasă, dar la fel de eficace precum replica lui proferată zgomotos. “Retorica este fața îndrăgostită a scriiturii”, nota Barthes.¹⁰

⁹Roland Barthes, *Plăcerea textului*, trad. Marian Papahagi, Editura Echinoc, Cluj, 1994, pp. 44, 11

¹⁰ idem, *Eseuri critice*, în *Romanul scriiturii*, p. 118.

Care este raportul scrisului cu vorbirea?

Verba volant, scripta manent, spuneau latinii.

Cuvîntul rostit este recunoscut pentru nestatornicia lui, dar i se prețuiește pe merit căldura pe care o degajă atunci cînd este proferat public. Fizicienii au constatat, la propriu, un plus de energie calorică în incintele populate de bunii oratori. Scrisul, în schimb este “rece” și egoist; el este notare, informare, transcriere și se adresează în egală măsură virtualilor cititori. Textele antice evreiești seamănă mai degrabă cu niște inventare contabile, fiind redactate după un principiu al “listei”.¹¹ Cele grecești, în schimb, au mai multă viață, par “organice”, au un corp armonios, bine structurat formal. Pentru a-i putea sensibiliza, scrisul trebuie să suprime distanța spațială dar și temporală care îl separă de lectorul său. Caligrafia, ortografia, punctuația, corecțiile stilistice sau prozodice pot reduce simțitor aceste distanțe. Dacă oratorul își poate adapta discursul funcție de auditoriu, repliindu-se funcție de circumstanțe, scrisul este retractabil și rectificabil doar în staza manuscrisă, a prelucrării inițiale. Imprimat, el se expune definitiv lecturii și criticii.

În *Răspunsuri*, Barthes consideră vorbirea scriitorului ca secundă și neimportantă în raport cu scriitura.

“Trebuie să ne convingem odată că vorbirea este întotdeauna în urma scriiturii (și deci în urma «vieții private», care nu este decît desfășurarea unei vorbiri: «eu» sînt întotdeauna, prin statut, mai prost, mai naiv decît ceea ce scriu: nu sînt așa cum scriu”.¹²

Ca și la Derrida, scrisul excede relevanța epistemică a vorbirii; el este original, esențial și durabil. Urmele vizibile, înscrisurile și însemnările au mai multă consistență culturală decît vorbirea – spectacol sonor dar efemer de cuvinte – deși uneori suporturile sînt și ele efemere.

3. Scriitori și scriptori

Care este diferența dintre scriitori și scriptori?

Scriitorul, crede Barthes, îndeplinește o funcție, scriptorul - o activitate; primul are ceva comun cu preotul, celălalt cu grămăticul. Scriitorul este omul care captează și transformă radical întrebarea pusă lumii într-o interogație asupra scrisului¹³. Scriitorul, actor pe teatrul limbajului, transformă gîndirea în *marfă* de consum, asimilată ulterior în mecanismul exterior al culturii.

Scriptorul este un “tranzitiv”; el alege un scop (depune mărturie, explică, instruește), folosind cuvîntul ca instrument de comunicare în Universitate, Cercetare sau Politică. El spune ceea ce gîndește, fără ca cineva să i-o ceară.

¹¹ Cf. Andrei Cornea, , *Scriere și oralitate în cultura antică*, Editura Cartea Românească, București, 1988.

¹² R. Barthes, *Răspunsuri*, în *op. cit.*, p. 296.

¹³ *ibidem*, p. 126.

Astăzi, se afirmă un tip intelectual bastard, *scriitorul* – *scriptor*, susținut discret de putere, dar și controlat instituțional, “un exclus integrat prin însăși excluderea sa”, moștenitor al Scriitorului Blestemat, asemănător “Vrăjitorului” descris de Claude Lévi-Strauss.

“Limbaajul instituționalizat de astăzi este de tip encratic (produs și răspîndit de o putere). El este prin natura sa repetitiv, căci toate instituțiile oficiale de limbaaj sînt *mașini ale reluării*: școala, sportul, publicitatea, opera de masă, cîntecul, informația respun mereu aceeași structură.... Forma bastardă a culturii de masă este repetarea rușinoasă”¹⁴.



Ori nu asta fac în exces mass-media sau acele instituții profilate pe culegerea, stocarea și distribuirea informației? Internetul a schimbat, la rîndu-I, nu numai deprinderile de lectură, ci și pe cele de scris. Grafia este standardizată; fiecare poate recurge la un font convenabil ambalării mesajului său, la o culoare și grosime adecvate. Caligrafia, punctuația, ortoepia trec treptat în zona derizoriului. Modelul unei scrisori de dragoste poate fi împrumutat cu ușurință într-atît cît să

țintească maximum de efect în timpul cel mai scurt. Scrisorile de mulțumire, felicitările, mesajele de condoleanțe, cererile și reclamațiile, discursurile de aniversare și comemorare, referate, teze de licență și chiar doctorate se compun automat; trebuie numai adaptate unui nou context, schimbînd formal datele de identificare. Economia de timp și de gîndire naște stereotip clone de scriitură. Meseria scriitorului virtual multi-media a devenit foarte la modă. Există cineva care deja scrie în locul nostru - dacă, bineînțeles, îl vom plăti - un fel de sofist necuvîntător, dar priceput să răspundă exigențelor utilizării publice a formulelor de adresare și comunicare.

4. Scriitura ca practică instituțională

Care sînt posibilele aplicații ale scrisului?

- a informa (jurnal, corespondență, afiș...);
- a păstra o “urmă”, un mesaj;
- a acționa (a organiza, propune, sesiza, reclama...);
- propria plăcere și satisfacție.

Este posibilă inovația în materie de scris, de scriitură, și altundeva decît în literatură?

Răspunsul este, evident, afirmativ; proliferază deja în Occident numeroase “companii” de scriitură, axate pe realizarea de comenzi vizînd strategiile publicitare sau de marketing. La Bruxelles există o *Universitate de Scriitură*, cu programe speciale

¹⁴ idem, *Plăcerea textului*, p. 64.

pentru educarea abilităților de comunicare prin scris. *Universite Européenne d'Ecriture* (U.E.E.), organizează *ateliers de scriitură*:

- *audiovizuală* (scenarii de cinema, seriale TV, sitcom, storyboard);
- *creativă* (roman, nuvelă, teatru, cântec, benzi desenate, scrieri pentru copii, scriitură publicitară, jurnalistică, compoziție muzicală);
- *funcțională* (scrisori, rapoarte, CV-uri).

Sînt derulate, de asemenea, cursuri de istoria literaturii, de analiză a textelor, psihologie și drepruri de autor. Există, totodată, o revistă intitulată *Les cahiers du scénario et d'écriture creative*, care propune discuții asupra problemelor scriiturii..

Scopul acestor programe este exersarea unei “scriituri creative” (*écriture créative*), traducerea franceză a expresiei *creative writing*, folosite de americani pentru a desemna activitatea de scriitură, cu precizarea că peste Ocean preocupările nu sînt epuizate de exercițiile literare. Deși expresia “scriitură creativă” este aproape pleonastică, ea face obiectul de interes al celor ce, în atelierele de *aplicare* a scrisului, exploatează puterea creativă a semnului grafic.

Pe de altă parte, apar firme specializate, care propun, prelucrează și adaptează mesaje în mai multe limbi, funcție de contextul socio-lingvistic în care aceste mesaje penetrează. În Franța activează numeroase ateliere și companii. *Aleph-Ecriture*, spre exemplu, regroupează scriitori, ziariști, esești orientați spre activități de practică literară sau comercială a scrisului. Se confirmă deci posibilitatea de a converti exercițiul scrisului în travaliu elaborat, sistematic, profesional.

5. Constrîngeri în materie de scriitură

Care sînt problemele ridicate de scriitură?

➤ asumarea de reguli; ➤ scrierea și rescrierea; ➤ publicarea; ➤ regulile de redactare; ➤ personajele; ➤ punctele de vedere; ➤ polifonia; ➤ limba; ➤ paragrafele; ➤ prozodia; ➤ dicționarele;	➤ pregătirea textelor; ➤ comenzile editoriale; ➤ genul povestirii; ➤ narațiunea; ➤ dialogurile; ➤ stilul; ➤ relația cu cititorul; ➤ clișeele; ➤ frazele; ➤ punctuația; ➤ vocabularul.
--	---

A scrie este un proces ce presupune două dimensiuni complementare: *a spune* ceva de către autor, *a enunța* ceva, și *a face* un lucru, adică a găsi soluții anumitor probleme, bricolînd cuvinte în una și aceeași pagină. De aici și posibilitatea de a combina la infinit limbajul.

Nici un sfat nu poate suplini talentul. Fiecare trebuie să caute acea formă care să facă din propriul scris ceva singular. Un singur sfat sugera Patrick Cauvin: “Nu urmați nici un sfat! Învățați să fiți singuri”. Ceea ce poate fi valabil pentru cineva, poate dăuna altuia. Annie Mignard, dimpotrivă, glosînd despre *Écrire aujourd'hui*, consideră că “nu poți fi genial de unul singur”, că scriitorul are nevoie de un mediu stimulat, care să-l îndemne a-și depăși limitele sau a experimenta în materie de scris...A scrie presupune asumarea multor constrîngeri, văzute ca fiind “obligații liber alese”.

Există **constrîngeri**:

- grafice;
- de sintaxă;
- semantice;
- fonetice;
- stilistice;
- de gen.



În absența unei discipline a scrisului derivate din restricții benevol asumate, comunicarea ar fi simțitor stînjinită. Chiar și inovațiile stilistice sau de limbaj se justifică numai dacă presupun caracter premeditat, subsumat unei proiect discursiv coerent și inteligibil.

Pentru a construi un text, scriitorul nu face decît să combine în exercițiul scrisului *patru procedee* sau modalități de compoziție:

- adăugarea;
- suprimarea;
- permutarea;
- deplasarea.

Cuvintele sînt astfel juxtapuse, eliminate, substituite, derivate și deplasate în intenția de a îmbrăca ideea sau mesajul într-un “ambalaj” cît mai atractiv stilistic și convingător sub aspectul argumentării.



Teme de verificare:

1. Ce relații există între text și scriitură?
2. Ce înțeles primește conceptul de scriitură la Roland Barthes?
3. Propuneți alte criterii decît cele cunoscute pentru a clasifica textele.
4. Ce constrîngeri presupune redactarea unui text?

I. TIPURI DE SCRITURĂ ÎN RELAȚIILE PUBLICE



1. Strategii ale seducției / strategii ale încrederii?

Relațiile publice (PR) sînt definite fie ca “artă de a seduce” (Tatiana Lebedeva), fie ca “strategie a încrederii” (Philippe Boury). Definiția agreată de *Asociația Internațională a Relațiilor Publice* spune că această preocupare:

“arta de a seduce”

“strategie a încrederii”

“constituie o funcție principală a conducerii, bazată pe o activitate continuă și sistematică, prin intermediul căreia organizațiile caută să obțină înțelegerea, simpatia și sprijinul acelora cu care au relații în prezent sau vor avea în viitor”.

Ea vizează realizarea unui climat de încredere și motivație atât în interiorul instituției, între salariați și conducători, dar și în relațiile obișnuite cu publicul sau opinia publică.

Ca demers sistematic, *public relations* se afirmă în America începutului de secol XX, de unde va fi exportată europenilor, care îi vor adăuga culoare specifică și “puțin suflet” sau puțină pasiune.¹⁵ Credit, ca disciplină universitară de studiu, primește din partea lui Edward Bernays, profesor la Universitatea din New York. În Franța, Lucien Matrat, “părintele” recunoscut al disciplinei, vorbea despre *public relations* ca despre o adevărată “filosofie a comportamentului companiilor”¹⁶.

Care este raportul dintre relațiile publice, reclama publicitară și propaganda?

Publicitatea face să se vîndă produsele și serviciile; propaganda vinde idei și chiar oameni. Din perspectiva obiectului de interes, *public relations* solicită mecanismele încrederii, pe cînd publicitatea ar viza individul în ipostaza de potențial client, declanșînd mecanismul dorinței de consum dar și disponibilitatea de a plăti pentru satisfacerea acesteia.

- creatorii de publicitate se adresează cumpărătorului; specialiștii în *PR*-tuturor celor interesați de activitatea unei instituții, văzuți ca potențiali parteneri de afaceri;
- unii promovează mărci, produse și servicii; ceilalți - imaginea unei instituții sau a unui lider;
- primii încurajează strategiile dorinței; ceilalți - strategiile încrederii.

¹⁵ Louis-Philippe Laprévotte, *Les relations publiques*, Documents, Nancy, 1991, p. 5

¹⁶ cf. Tatiana Lebedeva, *Arta de a seduce*, Institutul European, Iași, 1999, p. 34.

Astăzi, campaniile *public relations* fac parte din scenariile de marketing ale firmelor, fiind incluse în proiecte care au rolul de a susține inclusiv activități comerciale. PR-ul și marketingul își estompează astfel frontierele, colaborând eficient fără a-și pierde identitatea, creînd “mituri” ale întreprinderii sau fabricînd un “spirit” distinct al acesteia, unul care să favorizeze acel climat de încredere necesar bunei comunicări.

Francezii deosebesc propaganda de *public relations* în același fel în care disting violul de dragostea curtenitoare, prima ținînd mai degrabă să legitimizeze funcționare unei puteri, pe cînd cealaltă este legată de strategiile difuzării publice a informației.¹⁷ Astăzi întreprinderile au nevoie și de o altă imagine decît cea strict mercantilă; patronii vor să fie mai mult decît doar negustori, de aceea recurg la formule compensatorii, care să sporească interesul și atenția în favoarea companiilor pe care le reprezintă.

Relațiile publice sînt considerate printre cele mai eficiente strategii de management, întrucît susțin și încurajează comunicarea dintre salariați și patroni, dintre instituție și clienți sau opinia publică. Ele sînt cele care pot crea o imagine convenabilă sau nu firmei. De aceea *relațiile cu presa*, cu liderii ei de opinie] sînt uneori esențiale și creează o preocupare distinct în sistemul comunicării sociale. Relațiile publice - interne sau externe - ale unei instituții pot fi consolidate și augmentate prin tehnici ale medierii *audio-vizuale* (filme de prezentare, emisiuni radio) și *scrise* (cărți, ziare, broșuri și pliante).

Relațiile publice și publicitatea fac ocazia unor veritabile exerciții de artă scripturală aplicată, artă vizînd elaborarea de strategii, formularea de mesaje, utilizarea de cuvinte potrivite pentru a atinge într-un timp și spațiu limitate eficiență maximă în raport cu un scop bine determinat. Noutatea vine și din perspectiva diversificării suporturilor de comunicare, diversitate încurajată de creșterea exponențială a performanțelor tehnologice.

Între modalitățile cu potențial de continuă diversificare, ***scriitura interactivă multimedia*** este utilizată tot mai insistent astăzi în producerea de materiale care servesc de suport pentru crearea de site-uri Internet, pentru aplicații pe Intranet, dar și pentru crearea de CD-uri, DVD-uri, borne interactive sau furnizarea deservicii interactive. Conținuturile acestora vor fi esențiale, dar ceea ce atrage atenția este aspectul formal, realizarea grafică sau stilistică

2. Modalități ale comunicării publice

După *scop*, comunicarea poate fi:

- oficială;
- neoficială.

După *frecvența* ei, comunicarea poate fi:

- permanentă;
- periodică;
- neperiodică.

¹⁷ Louis-Philippe Laprévote, *Pour une étude scientifique des relations publiques*, în M.P-Cavallier, *Vingt ans de communication d'entreprise en Lorraine*, Preses Universitaires de Nancy, 1992, p. 312.

După *genul de activitate* căreia îi este adresată:

- instructivă sau educativă;
- profesională sau în procesul muncii;
- directă sau mediată.

Din perspectiva *relațiilor* stabilite între administrație și cetățeni:

- verbală;
- nonverbală sau paraverbală
- în scris¹⁸.

Care sînt formele de comunicare în scris ale cetățenilor cu instituțiile publice?

Comunicarea în scris rezultă din aplicarea dreptului la petiționare, drept conform căruia fiecare cetățean se poate adresa autorităților publice atunci cînd consideră necesar prin:

- cereri;
- sesizări;
- reclamații;
- propuneri.

Cum se construiește un discurs cu destinație publică?

Construcția unui discurs presupune asumarea anumitor etape necesare:

- determinarea scopului sau a temei de abordat (concepția);
- documentarea prealabilă;
- pregătirea argumentării;
- organizarea mijloacelor de comunicare;
- elaborarea discursului (redactarea);
- obținerea efectului scontat.

Care ar fi tipurile principale de scrieri, după criteriul sistematicității?

- sistematică, planificată (studii academice, acte și documente oficiale);
- mai puțin planificată (scrisori personale, e-mail);

Care sînt exigențele de stil în discursul scris?

- inspirată alegere a termenilor și ideilor;
- evitarea erorilor de logică în construcția frazei, dar și a celor gramaticale;
- expunere clară, simplă, nepretențioasă, în cuvinte inteligibile publicului căruia îi sînt adresate;
- coerență formală a cuvintelor, ideilor și argumentelor;
- evitarea locurilor comune, a șabloanelor, în argumentare;
- evitarea cuvintelor argotice, a regionalismelor sau neologismelor excesive;

¹⁸ Cf. Stancu Șerb, *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 1999, p.39.

- evitarea termenilor străini insuficient cunoscuți sau dacă locul și contextul nu o recomandă;
- evitarea folosirii excesive a majusculilor;
- evitarea cacofoniilor, a pleonasmelor sau a sinonimelor care afectează structura expresivă a frazei.

Care sînt principalele tehnici audio-vizuale de legătură cu presa?

- conferința de presă
- simpozioanele
- mese rotunde
- prezentările
- communicate video
- fotografii
- filmul documentar sau de prezentare.

Care sînt exigențele de respectat pentru o bună legătură cu presa?

- buna selecție și alegere a canalului de mediere, funcție de popularitatea, orientarea și onestitatea publicației vizate;
- buna concepere și întocmire a comunicatelor de presă, funcție de strategia de ansamblu a instituției care comunică;
- elaborarea periodică buletinului de presă, pentru buna informare a publicului, chiar dacă informațiile furnizate nu sînt neapărat urgente sau imediat utile;
- întocmirea corectă și completă a dosarului de presă, adică a documentelor ce sînt furnizate ziariștilor cu ocazia conferințelor de presă.

3. Modalități de lucru cu presa

Există două forme prin care serviciile de relații publice ale instituțiilor colaborează cu mass-media:

- abordare activă;
- abordare reactivă.

Abordarea activă:

- este dezirabilă în cele mai multe cazuri, întrucît inițiativa este a instituției comunicante, care vine în întîmpinarea jurnaliștilor cu subiecte de interes, anticipînd rezonanța lor publică și mediatizarea fără costuri;
- presupune lucru sistematic, premeditat în echipă, și o complicitate pozitivă, abil întreținută din partea mass-media, dispusă mai mult să laude și nu să critice.

Abordarea reactivă:

- este funcție de semnalele și solicitările presei, menite a stinge, clarifica sau atenua un conflict;
- constă în răspunsuri la întrebări ale ziariștilor sau dezmințiri ale unor fapte incriminate de presă, de aceea este obligatorie buna cunoaștere, de către persoana investită cu rolul de a comunica, a subiectului în discuție.

Cum se fac anunțurile și invitațiile?

Anunțurile și invitațiile trebuie să valorifice la maximum spațiul acordat de un afiș sau de un simplu carton imprimat. Dacă se adresează presei, importanța lor este hotărâtoare în evaluarea impactului mediatic al evenimentului organizat.

În cazul *afișului*, instituția gazdă se va preocupa:

- să pună în valoare tema și miza acesteia, asociind-o calității și calificării invitatului;
- subiectul dezbătut trebuie să răspundă unei probleme reale și, pe cât posibil, actuale;
- să aleagă un titlu, dar și subtitluri capabile a stărni atenție și interes;
- să compună un text incitant, impecabil sub raport logic și gramatical;
- să aleagă soluții grafice și tipografice atractive.



Tot cu rolul de a promova un eveniment se recurge la *inserții în presa locală sau națională*, care să facă trimitere la manifestare, la temă, la participanți și la invitați.

Anunțurile radio pot fi și ele utile, redactarea lor trebuind să fie concisă, precisă și percutantă, evitând încărcătura informațională inutilă¹⁹.

Invitația trimisă presei sau publicului țintă va fi compusă de comun acord cu toți cei implicați în organizare.

- ea trebuie personalizată, astfel încât să vină de la conducătorul instituției gazdă și să se adreseze *nominal* unei persoane vizate;
- uneori se preferă scrisul de mână a numelui, considerându-se că personalizează în mai mare măsură comunicarea decât una mediată de calculator și imprimantă;
- prescurtările în adresare de felul *D-lui* sau *D-nei* trebuie evitate, cum și deformările involuntare ale numelor;
- dacă persoana invitată este o personalitate publică, politică sau academică, adresarea va da considerație și respect funcției, profesiei sau rangului (de exemplu, *Excelenței Sale*, *Domnul Ambasador...*, *Domnului Academician*, *prof.univ.dr....*, *Domnului Director...*, *Doamnei Doctor*);



¹⁹ Arnauld du Moulin de Labarthète, *Manipulare în relațiile publice*, Editura Antet, București, pp.22-28.

- deși prezența excesivă a majusculilor poate fi stânjenitoare și uneori ilicită ortografic, se recurge tot mai frecvent la acest subterfugiu pentru a divulga prețuirea, respectul și considerația de care se bucură persoana invitată din partea gazdelor sale.

Invitația trimisă presei va preciza corect:

- titlul și subtitlul conferinței;
- data și orarul (programul);
- locul de desfășurare.

Dacă participarea a fost confirmată, se poate trimite un mesaj de mulțumire, în care să fie actualizate principalele informații legate de evenimentul anunțat.

MINISTERUL APĂRĂRII NAȚIONALE

Briefing de presă

18 septembrie 2001, ora 11:00, durata 33"

Comandor Tiberiu Fratila: Doamnelor, domnișoarelor și domnilor va mulțumim că ați răspuns invitației noastre de a participa la briefing-ul de presă de astăzi. El va fi susținut de către domnul colonel Nicolae Dohotariu, Comandantul Centrului Operațional de Conducere Militară. /.../ (G.E.)

Uneori la invitație se adaugă un *cupon de răspuns* la solicitarea de a confirma sau nu participarea. Suportul material al invitației dar și prelucrarea grafică a conținutului nu trebuie lăsate la întâmplare. Contează și:

- calitatea hârtiei;
- prezența siglei și a antetului, fie în interiorul invitației, fie separat;
- forma, culoarea și dimensiunile plicului în care sînt trimise;
- corectitudinea scrisului;
- corpul de literă ales.

Care sînt exigențele presupuse de documentarea prealabilă evenimentului?

Materialele trimise presei trebuie să-și dovedească:

- actualitatea (caracterul recent, proaspăt);
- ineditul (raritatea);
- evocarea unei stări conflictuale, generatoare de interes;
- proximitatea (caracterul local, apropiat, al informației)
- elementele de suspens și mister;
- noutatea sub aspectul ideilor și tehnologiilor (progresul);
- proeminența faptelor și persoanelor implicate.

Care sînt principalele mijloace de comunicare cu presa?

Dintr-un inventar al principalelor modalități de contact cu mass-media nu ar trebui să lipsească:

- știrea de presă;
- comunicatul;
- conferința;
- briefing-ul;
- dosarul de presă.

4. Știrea de presă

Ce este și cum se redactează o știre de presă?

Știrea de presă are următoare particularități :

- urmărește redarea unui eveniment de interes public într-o manieră imediat publicabilă, anticipându-se importanța și impactul acestuia;
- răspunde la întrebările cine?, ce?, unde?, când?, cum?, de ce?
- se construiește de obicei după modelul "piramidei inversate", prezentându-se evenimentele și faptele în ordinea descrescătoare a importanței lor, astfel încât atenția să fie satisfăcută abia la final;
- are caracter informativ, impersonal;
- este construită din propoziții scurte, clare și precise în privința datelor, faptelor, persoanelor și surselor;
- nu trebuie să depășescă o pagină format A4
- textul adresat presei conține obligatoriu un antet cu datele de identificare a instituției sursă (numele, adresa, numerele de telefon și fax, e-mailul, pagina web – dacă este cazul), întărite de semnătura persoanei autorizate să comunice (persoană de contact, purtător de cuvânt, conducătorul instituției...). La fel, precizarea datei, în partea dreapta - sus este absolut necesară.

Deoarece reprezentanții presei își rezervă dreptul de a publica selectiv informațiile, li se pune la dispoziție comunicate de presă oficiale ale instituțiilor interesate, din al căror conținut sînt reținute spre mediatizare, cu titlu de știri, doar anumite doar acele date de larg interes. De aceea serviciile de relații cu presa așează știrile alături de comunicate; știrea fiind doar acea secvență din comunicat destinată publicării.

Exemple de știri de presă:

Ministerul Aparării Naționale
Directia Relatii Publice
Tel./Fax. 021 4130111
email: presamapn@yahoo.com



Numarul 440 - 02 din 23 decembrie 2002

Miercuri, 24 decembrie a.c., ora 12.00, la sediul Regimentului 30 Gardă și Protocol "Mihai Viteazul" din București (B-dul General Vasile Milea nr. 5-7), va avea loc un spectacol de colinde și obiceiuri tradiționale românești dedicat sărbătorilor de iarnă.

Spectacolul va fi susținut de militari ai regimentului, corul de copii "Andantino" al Cercului Militar Național și corala "A capella" a Ansamblului Artistic "Doina" al Armatei.

Jurnaliștii acreditați la Ministerul Apărării Naționale sunt invitați să participe la spectacol, miercuri, 24 decembrie a.c., între orele 11.30 și 11.50. Persoană de contact: maior Dan Enache - telefon 0722.268.680.

STATUL MAJOR GENERAL

Ministerul Aparării Naționale
Direcția Relații Publice
Tel./Fax. 021 4130111
email: presamapn@yahoo.com



Numarul 435 - 02 din 19 decembrie 2002

CRACIUNUL SARBATORIT IN BOSNIA-HERTEGOVINA SI KOSOVO

În perioada 20-26 decembrie a.c., o delegație condusă de generalul-locotenent dr. Eugen Badalan, seful Statului Major al Forțelor Terestre, se va afla în Bosnia-Herțegovina și în Kosovo pentru a sărbători alături de militarii noștri aflați în misiune Sfintele Sărbători ale Nasterii Domnului.

În programul vizitei sunt prevăzute întâlniri cu comandanții misiunilor SFOR și KFOR, precum și ai brigazilor multinaționale unde acționează subunitățile române, prilej cu care se va analiza modul cum acestea s-au integrat și își îndeplinesc misiunile care le revin.

O formație a Ansamblului Artistic al Armatei și un grup de colindători vor prezenta spectacole în taberele unde sunt dislocați militarii români.

Informații suplimentare se pot obține de la maiorul Liviu Flutur, tel. 0722-297.237.

Biroul de Presă al M.Ap.N.

5. Comunicatul de presă

Este una din formele uzuale de adresare publică. Cu ajutorul lui, instituțiile vor să informeze, să atragă atenția și să promoveze anumite activități sau produse.

Care sînt principalele caracteristici ale comunicatului de presă?

- Comunicatul nu se confundă cu știrea, deoarece este destinat în primul rînd informării și nu neapărat publicării, ca în primul caz;
- este, de regulă, mai extins decît simpla știre, dar nu trebuie să depășească în lungime o pagină A4;
- în cazul transmiterii comunicatului, sînt obligatorii coordonatele instituției care comunică (antet), plus responsabilizarea prin semnătură a mesajului de către o persoană autorizată;
- chiar dacă exprimă punctul de vedere al unei instituții, comunicatul trebuie să fie formulat neutru, evitînd sentințele, judecățile de valoare malițioase, comparațiile și calificativele îndoielnice sau neinspirate;
- trebuie raportat la un context problematic sau conflictual.

Clasificare:

- *comunicate de informare* (înstiințează, informează cu privire la activitatea instituției sau a liderilor ei);
- *comunicate persuasive sau de atitudine* (caută să argumenteze, să convingă într-o problemă de interes sau să cîștige adeziunea și simpatia clienților și partenerilor);

- *comunicatul-invitație* la conferințe, evenimente, inaugurări, aniversări, vernisaje (conțin date relative la subiectul evenimentului, locul de desfășurare, dată și participanți);
- *comunicatul-anunț* al evenimentelor viitoare (conține detalii care să stîrnească un real interes oamenilor de presă);
- *comunicatul de reamintire*, întărește comunicatul-invitație, atrăgînd atenția asupra datelor esențiale care justifică prezența presei;

Comunicatul de atitudine poate fi la rîndul său:

- de contestare a unei afirmații sau realități;
- de provocare, contrazicere și atac;
- de justificare și clarificare;
- de rectificare a unor informații prealabile, insuficient verificate sau neconforme cu realitatea;
- de retractare.

Reguli de redactare:

- redactarea comunicatului exploatează același model al “piramidei răsturnate”, ca și în cazul știrii;
- simplitatea, claritatea și concizia sînt cadrele stilistice de referință ale textului;
- titlul trebuie formulat astfel încît să incite curiozitatea și să atragă atenția;
- titlul va fi adecvat conținutului, sintetizîndu-l într-o măsură convenabilă, încît să oblige cititorul să ducă lectura mai departe;
- extravaganțele și exagerările din titlu trebuie temperate, ele nepotrivindu-se cu exigențele acestui tip de comunicare;
- textul propriu-zis va fi segmentat de paragrafe nu prea lungi, care să rezume cu exactitate ideea, să faciliteze lectura și memorizarea;
- termenii de specialitate vor fi folosiți doar dacă sînt justificați de context, preferîndu-se un limbaj mediu, inteligibil fără efort suplimentar (parantezele explicative pot fi deschise din cînd în cînd în acest scop);
- datele, cifrele, numele de localități, de instituții, de persoane, vor fi preluate corect, pentru a evita confuziile;
- evită abrevierile, dacă termenul abreviat nu a fost evocat anterior, cum și sublinierile de orice fel;
- comunicatul este redactat de regulă într-un font sobru și simplu (de exemplu, Arial sau Times New Roman), la două rînduri, corp 14, cu o margine de 2-3 centimetri, astfel încît pagina să aibă 25 rînduri a cîte 60 semne fiecare.

Exemple de comunicate de presă:

**Agentia Nationala de Control al Exporturilor Strategice
si al Interzicerii Armelor Chimice**

COMUNICAT DE PRESĂ

16 iulie 2002

EXPORTURILE DE ARME ALE ROMÂNIEI CĂTRE REPUBLICA RWANDA

ÎN ANUL 1997

În legătură cu stirea aparută în ziarul KHARTOUM MONITOR din 13 iunie a.c., **Agentia Nationala de Control al Exporturilor Strategice si al Interzicerii Armelor Chimice – ANCESIAC** face urmatoarele precizari:

- în anul 1997, Romania a exportat arme si munitii catre Ministerul Apararii din Republica Rwanda cu respectarea tuturor reglementarilor nationale legale în vigoare la data efectuării exportului;
- exportul a fost aprobat de Consiliul Interministerial pentru controlul importurilor si exporturilor de produse strategice, în conformitate cu prevederile Legii nr.93/1994;
- transferul de arme si munitii catre destinatia mentionata s-a facut cu respectarea prevederilor Rezolutiei 1011/ 16.08.1995 a Consiliului de Securitate al ONU (paragrafele B7 si B8 – referitoare la ridicarea restrictiilor asupra vanzarilor sau livrarilor de arme catre Guvernul din Republica Rwanda);
- în sustinerea cererii de licenta de export a fost prezentat Certificatul de Utilizator Final, în original, emis la data de 18.12.1996 de catre Biroul Vice presedintelui si ministru al apararii al Republicii Rwanda;
- valoarea exportului de arme si munitii catre Guvernul din Republica Rwanda a fost de aproape 1 milion USD, iar greutatea transportului a fost de 83,9 tone; cifra de 890 milioane USD, avansata în articol, referitoare la acest export este aberanta deoarece dupa anul 1995 valoarea totala anuala a exporturilor romanesti de arme si munitii nu a depasit niciodata cifra de 80 milioane USD.

NINETA BARBULESCU
SECRETAR DE STAT

Ministerul Educatiei si Cercetarii

COMUNICAT DE PRESA

13.06.2002

În urma aparitiei articolului „Furt intelectual si impostura universitara la Facultatea de Drept Valahia” în cotidianul „România Libera” din 12.06.2002, sub semnatura domnului Silviu Alupei, **Ministerul Educatiei si Cercetarii** precizeaza ca a solicitat Universitatii „Valahia” din Târgoviste sa transmita punctul de vedere al Senatului universitar cu privire la aspectele prezentate în articol. Dupa primirea acestuia, ministerul va putea actiona în conformitate cu reglementarile în vigoare. Totodata, Ministerul Educatiei si Cercetarii își declina responsabilitatea fata de publicarea la o editura din România, eventual din strainatate, a unor carti neverificate stiintific sau care nu respecta normele de etica, chiar daca autorul este un cadru universitar.

De asemenea, precizam ca, în conformitate cu prevederile art. 139 (2) din Legea nr. 8/1996 privind drepturile de autor si drepturile conexe, „Titularii drepturilor încălcate pot solicita instantelor de judecata sau altor organisme competente (în cazul României, Oficiul Român pentru Drepturile de Autor), constatarea încălcării acestora si pot pretinde repararea prejudiciului în conformitate cu normele legale”.

În ceea ce priveste acordarea titlurilor stiintifice, aceasta se face în conformitate cu prevederile art. 140 (3) din Legea nr. 184/1995, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare: „Pentru confirmarea titlurilor, diplomelor si certificatelor universitare Ministerul Educatiei Nationale constituie

Consiliul National de Atestare a Titlurilor, Diplomelor si Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U). Membrii consiliului sunt profesori universitari, personalitati de prestigiu stiintific, cultural si moral, recunoscute pe plan national sau international (...) selectati pe baza propunerilor senatelor universitare”.

Pe de alta parte, potrivit art. 58 din Legea nr. 128/1997 privind Statutul personalului didactic, posturile didactice din învățământul superior se ocupa prin concurs organizat de institutiile de învățământ superior acreditate sau autorizate. Aceasta reprezinta una dintre modalitatile de consacrare a principiului autonomiei universitare consacrat de articolul 13 din Legea nr. 184/1995. Dosarul de concurs, împreuna cu raportul comisiei si cu documentele însoțitoare se înainteaza C.N.A.T.D.C.U, care se pronunta prin vot nominal deschis. Ministrul educatiei si cercetarii emite ordinul de confirmare a titlurilor stiintifice sau academice numai în baza rezolutiei unei comisii formate din specialisti recunoscuti pe plan national sau international.

În aceste conditii, este de neînțeles asocierea, care apare în titlul si în continutul articolului, între numele Ministrului educatiei si cercetarii si rezultatele unor actiuni sau proceduri în desfasurarea carora nu a avut sau nu are posibilitatea de a interveni direct. Evident, semnalele din presa sunt importante pentru Ministerul Educatiei si Cercetarii, care le priveste cu toata atentia. Problemele care apar în viata unor universitati nu sunt însa de natura sa justifice afirmatii jignitoare la adresa învățământului superior si a Ministerului Educatiei si Cercetarii. În nici un caz “sarlatania stiintifica, escrocheria universitara, nonvaloarea intelectuala si impostura didactica” nu pot fi considerate ca trasaturi generale ale unui sistem de învățământ în continua modernizare, care continua sa produca absolventi cu care România se poate mândri, precum si rezultate remarcabile în cercetarea stiintifica despre care însa, informatiile apar în presa destul de rar. Daca în cazul domnului conf. dr. Săche Nicolaescu faptele semnalate în articolul din ziarul „România libera” se vor confirma, acesta va suporta toate consecintele, inclusiv cele de natura academica.

Secretar de Stat pentru Învățământ Superior si integrare Europeana
Prof.univ.dr. Radu Damian

Ministerul Afacerilor Externe

Evolutii in dosarul nuclear nord-corean

17.12.2002

Ministerul Afacerilor Externe isi exprima profunda ingrijorare fata de recenta decizie a R.P.D. Coreene de renuntare unilaterala la angajamentele de "inghetare" a construirii si operarii instalatiilor nucleare cu grafit de la Nyongbyong, asumate in baza Acordului Cadru incheiat cu SUA in 1994.

Aceasta decizie, aparuta dupa adoptarea de catre Consiliul Guvernatorilor al Agentiei Internationale pentru Energie Atomica (AIEA), la 29 noiembrie a.c., a rezolutiei de condamnare a programului clandestin nord-coreean de imbogatire a uraniului, complica situatia creata in jurul dosarului nuclear nord-coreean si afecteaza capacitatea de control a AIEA asupra corectitudinii si veridicitatii declaratiilor initiale furnizate de Phenian in baza acordului de garantii incheiat cu AIEA, inclusiv asupra aplicarii Acordului Cadru.

MAE al Romaniei sprijina pozitia oficiala a AIEA, transmisa RPD Coreene de directorul general Mohamed El Baradei, la 12 decembrie a.c., prin care solicita autoritatilor nord-coreene sa asigure integritatea sistemului de monitorizare amplasat la aceste instalatii. Consideram ca orice actiune contrara reprezinta o incalcare a obligatiilor de garantii ale RPD Coreene, asumate in calitate de stat parte la Tratatul de Neproliferare Nucleara si a Acordului Cadru.

Romania va sprijini in continuare eforturile comunitatii internationale si actiunile AIEA vizand rezolvarea prin mijloace pasnice a dosarului nuclear nord-coreean. Acordul Cadru din 1994 ramane un instrument important pentru mentinerea pacii si stabilitatii in Peninsula Coreeana si trebuie aplicat fara rezerve si conditii.

MINISTERUL APĂRĂRII NAȚIONALE



BULETIN INFORMATIV -

DATA: 05.02.2002

1. - 04.02.2002:

- Participarea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la sedinta de lucru cu reprezentantii firmei Northcroft si ai Companiei Romanian Development & ommunication UK Ltd.', pe probleme privind Programul de construire a locuintelor proprietate personala pentru cadrele militare

- 05.02.2002:

- Participarea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la sedinta cu sefii structurilor subordonate
- Participarea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la sedinta operativa de lucru cu domnul Ioan Mircea Pascu, ministrul apararii nationale- Participarea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la deschiderea oficiala a actiunii de pregatire la nivel central a instructorilor care vor asigura in teritoriu instruirea personalului de recensamant- Participarea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la briefing-ul de presa in vederea prezentarii unor elemente privind Programul de construire a locuintelor proprietate personala pentru cadrele militare in sistem privat- Intalnirea domnului Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, la Senat, Sala Biroului Permanent, cu senatori din diferite grupuri parlamentare- Primirea, de catre domnul Sorin Encutescu, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Relatii cu Parlamentul, Armonizare Legislativa si Relatii Publice, a persoanelor inscrise in audienta

- 04.02.2002 - 06.02.2002:

- Vizita de lucru a domnului George Cristian Maior, secretar de stat si sef al Departamentului pentru Integrare Euroatlantica si politica de Aparare, in Germania

2. - 04.02.2002 - 08.02.2002:

- Vizita oficiala a domnului general dr. Mihail Popescu, seful Statului Major General, in Austria si Slovacia

Teme de verificare:



Citiți cu atenție comunicatele de presă de mai sus!

Comparați-le și încercați să identificați:

- cărui tip îi corespunde fiecare;
- trăsăturile distinctive ale fiecăruia;
- eventualele erori de construcție sau încălcări ale regulilor de redactare.

6. Conferința de presă

Observații generale:

- din punct de vedere organizatoric, este în sarcina purtătorului de cuvânt al instituției, dar trebuie susținută de persoane care au competențele necesare și responsabilitatea informării corecte a publicului;
- face parte din strategia de mediatizare a realizărilor sau proiectelor și de captare a atenției opiniei publice cu privire la acestea;
- se organizează când se petrec evenimente care pot avea un impact serios asupra publicului.
- conferința de presă face parte din strategiile mediatice active. Ea se poate organiza săptămânal, lunar sau de câte ori este cazul, avînd caracter deschis, nediscriminatoriu, în privința invitaților;
- instituțiile publice își rezervă dreptul de a invita ziariști de la acele publicații care au reflectat și reflectă corect informațiile. Neinvitarea altora poate fi semn de discriminare, creînd ostilitate din partea publicațiilor eludate;
- este o soluție pentru a clarifica problemele într-un timp scurt, eviînd alte tipuri de intervenție mediatică (interviuri, articole...);
- presupune pe lîngă prezentarea temei, întrebări ale ziariștilor și răspunsuri din partea celor investiți cu rolul de comunicatori;
- moderator poate fi purtătorul de cuvînt sau un reprezentant al Biroului de presă al instituției.
- unele conferințe pot fi organizate în comun de mai multe instituții sau persoane, dacă natura evenimentului sau a temei îngăduie acest lucru;

Exemple de conferințe de presă:

Ministerul Afacerilor Externe

**Conferinta de presa comuna
a ministrilor Afacerilor externe ai Romaniei si Marii Britanii,
Mircea Geoana si Jack Straw**

10.07.2002

Mircea Geoana, ministrul Afacerilor externe al Romaniei: Buna ziua! Bine ati venit la Ministerul Afacerilor Externe. Avem placerea de a-l avea ca oaspete in Romania pe domnul Jack Straw, ministrul britanic de Externe. Si as dori sa-i multumesc personal pentru efortul pe care l-a facut pentru a efectua aceasta vizita la Bucuresti, intr-o perioada foarte aglomerata pentru diplomatia britanica.

Dupa cum stiti, intre Romania si Marea Britanie, de-a lungul istoriei si in special in ultimii zece ani dupa schimbarile din Europa, s-a dezvoltat o relatie de parteneriat si prietenie exceptionala. Marea Britanie a fost alaturi de Romania in procesul foarte complicat al transformarilor politice, economice si in domeniul militar si al securitatii nationale romanesti. De aceea, noi consideram ca intre Romania si Marea

Britanie exista o apropiere filosofica cu privire la viziunea noastra comuna despre viitorul Europei. Am dezvoltat un puternic parteneriat bilateral pe care dorim sa-l dezvoltam in anii urmatori.

In discutia noastra de astazi, am prezentat domnului Jack Straw cateva dintre preocuparile si ambitiile diplomatiei romanesti in aceasta perioada. Am prezentat un non-paper cu privire la asteptarile Romaniei pentru Consiliul European de la Copenhaga cu privire la extinderea Uniunii Europene. Am prezentat, in egala masura, dorinta Romaniei de a vedea nu numai un *road-map* actualizat, dar si un orizont de timp, un calendar temporal conditional pe care, eventual, am putea sa-l obtinem la Copenhaga. Am prezentat in egala masura un Raport de etapa cu privire la maniera in care Romania si-a indeplinit obligatiile autoasumate cu privire la pregatirea pentru aderarea la NATO. Si am exprimat speranta ca *mentorship*-ul britanic, care a dominat relatia noastra in domeniul militar si de securitate nationala, sa fie exprimat favorabil pentru Romania la Praga si sa continue dincolo de orizontul Praga in anii si deceniile care vor urma.

Am prezentat in egala masura un al treilea document, care reprezinta o initiativa diplomatica romaneasca si in care incercam sa prezentam tarile candidate pentru aderarea la Uniunea Europeana, nu numai ca tari care negociaza aderarea si negociaza conditiile politice sau financiare ale aderarii la Uniunea Europeana, dar si ca tari care vor sa-si asume responsabilitati cu privire la problemele care preocupa Europa astazi: problema managementului frontierelor externe ale Europei extinse, cuplarea accelerata a tarilor candidate la spatiul european de libertate, justitie si securitate, coordonarea politicilor noastre de imigratie, azil si readmisie; si, in egala masura, coordonarea politicilor noastre vis-a-vis de viitorii vecini ai Europei largite, o initiativa britanica pe care noi o sustinem.

Am discutat si cateva chestiuni legate de agenda noastra comuna bilaterala, legate de cooperarea economica si comerciala; am primit cu placere vestea ca partea britanica a decis numirea unui observator pe langa Centrul SECI de la Bucuresti pentru lupta impotriva crimei organizate si transfrontaliere. Am convenit cu privire la semnarea in orizontul de timp apropiat a Acordului de readmisie intre Romania si Marea Britanie si am decis asupra unui calendar comun de masuri pe care Romania va trebui sa le ia pentru a ne pregati la momentul oportun pentru ridicarea vizelor pentru romanii care calatoresc in Marea Britanie.

Pe scurt, o intalnire extrem de substantiala, o relatie exceptionala intre Romania si Marea Britanie. Romania si Marea Britanie reprezinta parteneri naturali si suntem convinsi ca anii care vor urma vor consolida o relatie de alianta cu totul speciala intre tarile noastre.

Jack Straw, Secretar de Stat pentru Afacerile externe si ale Commonwealth-ului: Va multumesc foarte mult! Domnule Geoana, doamnelor si domnilor, este o adevarata onoare sa ma aflu aici, la Bucuresti, in cadrul primei mele vizite in tara dvs. de cand am devenit secretar de stat pe probleme externe. Spuneati mai devreme ca relatiile intre Romania si Regatul Unit al Marii Britanii reprezinta un parteneriat natural. Exte adevarat, dar amandoi am cazut de acord ca este vorba de un parteneriat care se revigoreaza si se reimprospateaza continuu, prin initiative si actiuni intreprinse de ambele parti. Cadrul general de abordare de parteneriat a fost elaborat de domnul Prim-ministru Tony Blair in acel discurs memorabil pe care l-a tinut acum trei ani, in 1999.

Am dori sa vedem Romania ca membru cu drepturi depline al NATO si al UE, care sa-si joace pe deplin rolul in politica de faurire a unei Europe unite. Iar parteneriatul nostru dovedeste ca intentionam sa ramanem in aceste relatii pentru foarte multa vreme de acum inainte. In ceea ce priveste calitatea Romaniei de membru al NATO, decizia se va lua cel mai devreme la Summit-ul de la Praga din noiembrie, iar noi speram ca Romania va fi invitata sa adere la NATO la acest summit. La fel ca si dvs., in ceea ce priveste integrarea dvs. in UE, privim problemele in mod realist, in speranta ca veti deveni membru cu drepturi depline in anul 2007, cu incheierea capitolelor in anul 2004. Ceea ce va putem spune este ca vom face tot ceea ce este in puterea noastra pentru a va sprijini in acest sens. Am cazut de acord ca, in aceasta privinta, nu este vorba numai de discutii, documente si incheierea unor capitole, ci este vorba de a intreprinde actiuni reale in domeniul cooperarii, in domeniul justitiei si al afacerilor interne.

Am avut placerea de a-i transmite domnului ministru Geoana ca vom trimite un observator la Centrul SECI de la Bucuresti si vom lansa o invitatie pentru Guvernul Romaniei pentru a trimite delegati

la o conferința de mare importanță referitoare la crima organizată în Balcani, pe care o vom organiza în această toamnă.

În ceea ce privește relațiile bilaterale, avem relații apropiate și în continuă dezvoltare. Aici este inclus și faptul că la Consiliul Britanic (British Council) se susțin examene de limba engleză, iar la aceste examene românii obțin cele mai bune rezultate în comparație cu toate celelalte grupuri naționale care studiază această limbă. Acest lucru este ceva ce nu am știut până în momentul în care am citit informarea pregătită pentru această întâlnire. Profunzimea relațiilor noastre este reflectată în Planul de acțiune pe care-l întocmim în fiecare an și pe care-l vom semna în cursul acestei dimineți, ceva mai târziu.

ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURI

Reporter TVR: Domnule Secretar de Stat, ați efectuat o vizită de curând la Berlin cu ocazia Reuniunii anuale a ambasadorilor Germaniei. Domnule ministru Geoană, ați vizitat și dvs. Berlinul de curând, de două ori pentru a susține candidatura României la NATO. Întrebarea este pentru dl. Straw. Există vreo diferență între Marea Britanie și Germania cu privire la candidatura României la NATO? A doua întrebare: după șase luni de la libera mișcare în afara granițelor pentru România în spațiul Schengen, este pregătită Marea Britanie pentru a renunța la cerința vizelor pentru români? Mulțumesc.

Jack Straw: În continuarea discuțiilor pe care le-am avut cu omologul meu din Guvernul german, nu am sesizat nici o diferență între abordarea practică de noi și cea a Guvernului german în probleme ce privesc aderarea României la NATO. În ceea ce privește regimul vizelor, după cum știți, Regatul Unit nu este membru al spațiului Schengen, care asigură posibilitatea de a călători în țările respective fără pașaport. În ceea ce privește regimul vizelor nu dorim să avem vize nici măcar o zi mai mult decât este necesar în relația cu România. Faptul însă că există prea mulți reprezentanți ai populației române care merg în Marea Britanie pentru a cere azil în mod nejustificat reprezintă o problemă pentru ambele țări. Și am salutat abordarea constructivă în această privință din partea Guvernului român și aștept cu nerăbdare să vadă care va fi rezolvarea acestor probleme.

Reporter Radio Europa Libera: În ce măsură NATO ar putea fi periclitat, în cazul în care România va deveni membru cu drepturi depline al Alianței, faptul că aici există membri ai unor instituții publice care au spionat?

Jack Straw: Faptul că România, ca și alte țări foste membre ale blocului sovietic, dorește să adere la NATO, dorește să devină membru NATO, este o dovadă a faptului că vechile dezbinări sunt acum de domeniul istoriei. Ambele părți au spionat cealaltă parte. Acesta este adevărul!

Reporter: Ce ne puteți spune, domnule Jack Straw, despre politica Uniunii Europene în privința vecinilor? Ma refer la inițiativa britanică cu privire la politica față de vecini.

Jack Straw: Pe măsura ce frontiera Uniunii Europene se va muta mai la Est, menținerea și dezvoltarea bunelor relații, precum și asigurarea asistenței pentru cei ce se află la Est de această frontieră devin din ce în ce mai importante pentru țări cum sunt Belarus, Ucraina, Moldova, dar și pentru cei aflați în Balcanii de Est. Și este important pentru aceste țări, dar este la fel de important și pentru integritatea și securitatea Uniunii Europene.

Mircea Geoană: Aș dori să adaug doar un singur cuvânt cu privire la această inițiativă britanică. Ea a fost deja confirmată la Sevilla, de către Consiliul European. Am prezentat colegului meu britanic poziția României cu privire la includerea în această categorie, de vecini imediați ai Uniunii Europene largite, și a Georgiei, ca țară ce este proxima UE și nouă, dincolo de Marea Neagră; și am dori să reconfirmăm interesul special al Marii Britanii pentru bazinul Marii Negre, pentru zona Caucazului. Marea Britanie reprezintă unul din liderii diplomatiei europene cu privire la revalorificarea strategică a acestui spațiu european euro-asiatic.

București, 10 iulie 2002

7. Briefing-ul de presă

- diferă de conferința de presă prin faptul că discuțiile sînt focalizate pe un singur subiect, fie la solicitarea presei, fie la dorința instituției publice;
- este susținut de o singură persoană, purtător de cuvînt sau specialist în domeniul de interes solicitat;
- dacă persoana autorizată să comunice este o autoritate prestigioasă, relația cu presa este făcută de un moderator;
- poate folosi mijloace auxiliare de vehiculare a informației (calculatorul, videoproiectorul...);
- constă în prezentarea unei *declarații* și *răspunsuri* la întrebările ziariștilor

Exemplu de briefing de presă:

BRIEFING DE PRESĂ Local M100, 10 septembrie 2002

Participant: **Sorin Encuțescu**, *secretar de stat și șef al Departamentului pentru Relații cu Parlamentul, Armonizare Legislativă și Relații Publice*

Moderator: **Mr. Dan Anghel**, *Biroul Presă, Direcția Relații Publice*

01.03.2000

Briefing-ul susținut de domnul **Dragos Valeriu Negrescu**, *subsecretar de stat, Departamentul pentru Afaceri Europene*

Dragos Valeriu Negrescu: De cativa ani, am constatat ca nu intotdeauna relatarile despre modul in care sunt utilizate fondurile PHARE iau in considerare si prezinta in mod corect mecanismele de punere in aplicare. Pana in prezent, asistenta financiara UE a luat doua forme: asistenta nerambursabila prin programul PHARE si operatiuni punctuale de sprijinire a balantei de plati prin imprumuturi de ajustare, in general acordate in legatura cu operatiuni similare ale institutiilor financiare internationale. Nu ma voi referi la acest ultim aspect, deci la asistenta nerambursabila.

In ceea ce priveste programul PHARE, alocarile totale pentru Romania, din momentul in care aceasta asistenta a devenit disponibila pentru tara noastra si pana la finele anului trecut, se ridica la circa 1,16 miliarde de euro. Fac precizarea ca aceasta este suma alocarilor care a fost alocata in anii 1998 si 1999, bani care inca nu sunt cheltuiti, sau nu sunt cheltuiti in totalitate. In general, ciclul cheltuirii banilor se intinde pe o durata de 3-4 ani. La inceputul anilor '90 exista o perioada mult mai indelungata, cand efectuarea de plati efective era - in medie - de 4 ani, din momentul alocarii bugetare. Ulterior, ea a fost redusa la circa trei ani. Cu alte cuvinte, fondurile PHARE alocate in 2000 pentru care s-au semnat memorandum-uri pot fi cheltuite pana in anul 2002, inclusiv. Aceasta este regula generala, dar pot exista exceptii pentru anumite componente. Ce se schimba incepand cu anul 2000 este faptul ca, pe langa alocarea prin programul PHARE, apar disponibile pentru toate tarile candidate doua noi instrumente: ISPA si SAPARD. ISPA este destinat investitiilor in domeniile protectiei mediului si al transporturilor, mai precis al infrastructurii de transporturi. SAPARD este destinat agriculturii si dezvoltarii rurale. Incepand cu anul 2000 apare si un alt element nou care se refera la volumul fondurilor alocate. Precizez ca este vorba de o alocare indicativa, de un nivel de fonduri care poate fi angajat prin semnarea unor memorandum-uri de finantare. In general, memorandum-urile de finantare se semneaza in a doua

jumatate a anului pana spre finele acestuia. In Romania, de multe ori, aceste intarzieri au fost atribuite partii romane. Pentru ca am lucrat pentru delegatia Comisiei Europene, precizez ca lucrurile sunt mai nuanțate si ca, in general, prezentările care tind sa puna blamul pe o singura parte nu sunt totdeauna corecte din punct de vedere factual. Incepand cu anul 2000 exista posibilitatea de a accesa trei instrumente. Sumele indicative care ar fi disponibile pentru fiecare din aceste instrumente sunt de aproximativ 240-250 milioane de euro pentru PHARE, de aproximativ 240 milioane de euro pentru ISPA - probabil repartizat in mod egal intre proiectele in domeniul mediului si al infrastructurii transporturilor - si circa 150 milioane de euro pentru SAPARD, care este un program pentru agricultura si dezvoltare rurala. In total sunt aproximativ 600 milioane de euro. Precizez ca este vorba de alocari indicative. Pentru ca aceasta suma sa devina efectiv disponibila pentru Romania, un pas necesar il constituie incheierea de memorandum-uri de finantare. Daca se incheie aceste memorandum-uri de finantare fondurile efective nu vor intra anul acesta. Nu este un element singular pentru Romania si face parte din ciclul normal de viata al acestui proiect. Din perspectiva balantei de plati, in masura in care in balanta de plati se reflecta intrari de fonduri nerambursabile, impactul acestui volum de asistenta mult marit fata de anii precedenti nu se va vedea anul acesta. Cand spun "mult marit fata de anii precedenti", am in vedere faptul ca alocarea bugetara de circa 600 milioane de euro in 2000, trebuie comparata cu alocari de genul 200 milioane in 1999, 158 milioane in 1998 si 100 milioane in 1997. Pentru alocarile din 2000, impactul se va simti in anul 2001 iar cel mai puternic, foarte probabil, in 2002.

INTREBARI SI RASPUNSURI:

Intrebare/Grig Grigore Grigorescu - independent - Republica Moldova: Ministerul a depus eforturi suficiente la Forumul care a avut loc intre 23-24 februarie la Palatul Parlamentului - Masa I, unde s-a discutat problema de stabilitate si drepturile omului. Privitor la imaginea Romaniei de integrare in structurile europene, subiect la ordinea de zi in strategia de dezvoltare pe termen mediu, este prevazut si Pactul social. In ziua de 28 februarie, in Parlamentul Romaniei, a fost introdus raportul Avocatului Poporului, o institutie care, in raportul sau scoate in evidenta ca autoritatile locale (primarii) nu raspund la adresele Avocatului Poporului, institutie creata tocmai pentru a apara interesele cetateanului. Preluand din activitatea Departamentului de Integrare Europeana din structura Guvernului, s-a schimbat ceva la Ministerul Afacerilor Externe? Cum veti actiona ca sa depasiti acea pasivitate si consum inutil de valuta pe care a facut-o domnul ministru Herlea?

Dragos Valeriu Negrescu: In primul rand vreau sa precizez raspicat ca nu impartasesc opiniile potrivit carora Departamentul de Integrare Europeana nu a avut activitate si ca a cheltuit fondurile degeaba. Fac aceasta precizare in conditiile in care nu am absolut nici o legatura personala cu acel departament, pentru ca eu am ocupat aceasta pozitie si am inceput sa lucrez in aceste structuri dupa realizarea fuziunii. Fuziunea s-a impus din considerente practice, pentru ca era util sa se asigure o coordonare mai buna, in contextul inceperii negocierilor, relatiile bilaterale cu statele membre si relatiile cu institutiile comunitare, pentru ca procesul de negociere este un proces in care Romania are drept contra-parte atat statele membre, cat si Comisia Europeana. Deci, a fost un pas absolut justificat care insa nu are semnificatia unui blam pentru activitatea Departamentului de Integrare Europeana. Nu am pretentia ca DIE a operat in mod ideal, dupa cum nu am pretentia ca eu, in cadrul MAE, operez ideal. De aici si pana la a face aprecieri in totalitate negative, cred ca este un drum lung. In ceea ce priveste problema cu primarii care nu raspund sesizarilor Avocatului Poporului, as preciza ca, dupa stiinta mea, administratia locala este separata de administratia centrala. Prefectii pot, cel mult, sa suspende primarii, si cand o fac sunt acuzati ca nu respecta votul comunitatilor care si-au desemnat acei primari.

Intrebare/Grig Grigore Grigorescu - independent - Republica Moldova: Am ridicat aceasta intrebare pentru ca fondurile PHARE pentru Valea Jiului au luat alta destinatie.

Dragos Valeriu Negrescu: Problemele acestea trebuie analizate si probate. In general, cu cat se cunoaste mai putin despre procedura de mobilizare a fondurilor, cu atat aprecierile pot deveni mai negative. Fondurile din PHARE pentru Valea Jiului sunt departe de a fi fost angajate si contractate intr-o proportie foarte mare. Mecanismul de punere in aplicare presupune participarea mai multor institutii pe diferite paliere. Nici macar toate fondurile de la Bruxelles nu au fost transferate.

Ireny Comaroschi: Fac apel la dumneavoastra, sa va referiti strict la tematica briefing-ului.

Intrebare/Carmen Radulescu - independent: Fondurile vin strict la programele ce sunt propuse de Romania sau vin oricum? Banii vin pentru anumite programe propuse?

Dragos Valeriu Negrescu: Modalitatea de mobilizare este urmatoarea: sunt identificate printr-un proces interactiv cu Comisia Europeana, proiecte, avand un anumit grad de generalitate, de genul: sprijinirea infrastructurii calitatii sau un proiect mare pentru adoptarea acquis-ului in domeniul politicii de concurenta sau proiecte de dezvoltare regionala, desi acestea au fost putine pana in prezent. In 2000 se preconizeaza ca alocarile vor fi foarte importante. Aceste proiecte, la randul lor, au sub-proiecte. Pentru fiecare proiect se semneaza un memorandum de finantare. Dupa semnarea memorandum-ului de finantare, incep sa fie contractate fonduri. In cadrul unor asemenea memorandum-uri de finantare se semna si cate 100 de contracte diferite, fiecare avand o actiune precisa. Incepand cu '97, '98 la sugestia Comisiei Europene - care se aplica si in celelalte tari europene - pentru simplificarea procesului de urmarire, s-a optat pentru contracte foarte mari. In prima faza de programare, cand se determina textul memorandum-ului de finantare, se vorbeste despre actiuni in termeni relativ generali, dupa care, cand se trece in faza de contractare efectiva - si pot fi mai multe contracte intr-un singur memorandum - sunt identificate in interactiune cu Comisia Europeana actiunile.

Intrebare/Judith Ferenc - Kronika: La toate cele trei programe ale Uniunii se stabileste o anumita cota de co-finantare, aproximativ 20-25%. De unde vor proveni acesti bani?

Dragos Valeriu Negrescu: Nu la toate programele. La ora actuala co-finantarea este prevazuta sine qua non pentru ISPA, SAPARD si proiectele de dezvoltare regionala, care vor fi finantate in cadrul PHARE 2000. In medie, procentul maxim de co-finantare este de 25%, dar el poate fi mai redus. Probabil ca se va ajunge la o medie de circa 15 %. Co-finantarea este presupusa a avea loc din bugetul national, probabil din bugetul de stat, pentru ca nu este cazul altor fonduri din bugetul public consolidat. Co-finantarea merge pe principiul "pay as you go". Pe masura ce vin fondurile de la Uniune, trebuie sa-ti pui si contributia ta. Fac precizarea ca, in mod normal, fondurile vin pe o perioada mai indelungata. In masura in care am putea vorbi de o povara a co-finantarii, aceasta nu va fi simtita decat intr-o masura foarte mica in anul 2000. O co-finantare pana la 25 % din fondurile disponibile pe ISPA si SAPARD si dezvoltare regionala nu este totalmente excesiva pentru bugetul de stat pentru ca unele proiecte, mai ales proiecte de infrastructura, ar fi fost finantate integral de bugetul de stat, in timp ce in acest caz va fi co-finantat (...).

Intrebare/Cristiana Terenche - Romania Libera: In cazul SAPARD (dezvoltare rurala) ce inseamna aceasta garantie? De exemplu, se face un pod care nu duce nicaieri, nu vine de nicaieri, dar pentru care se iau niste bani. Proiectul este minunat, dar podul practic, nu foloseste. Cine verifica ca intr-adevar podul trebuia facut acolo si nu 10 km mai sus sau mai jos pe rau, in conditiile in care banii au fost luati.

Dragos Valeriu Negrescu: In general, descrierea proiectului nu se rezuma la cata caramida trebuie pusa si care va fi deschiderea podului. Ceea ce este mai important in aceste proiecte este studiul de fezabilitate, de ce acolo si nu in alta parte, de ce sa fie pod si sa nu fie bac, daca afecteaza sau nu mediul. Aceasta este cea mai mare parte din studiul de fezabilitate. Diferenta dintre SAPARD, PHARE si ISPA este ca, in cazul SAPARD documentele nu vor fi supuse aprobarii ex-ante, deci actiunea poate fi lansata fara o aprobare explicita a Comisiei, iar Comisia prin mecanismele pe care si le pune la punct va urmari tot ce s-a intamplat. In cazul in care se vor constata nereguli, deci ilegalitati, banii trebuie rambursati. Putem vorbi de o opinie diferita privind oportunitatea masurii in stadiul actual, numai vazand si facand.

Intrebare/Cristiana Terenche - Romania Libera: Dar, totusi se pierd niste bani. In loc ca banii sa se duca unde trebuie, ei se duc acolo unde exista un lobby local, care poate atrage acesti bani. Cand ajungeti la capitolul trei, poate ne spuneti care este circuitul de la proiect in sus, de la propunere in sus sau de la ministere in jos spre nivelul local? Care va fi traseul acestor solicitari de finantare? Vreti sa explicati?

Dragos Valeriu Negrescu: Nici un proiect nu poate fi inatacabil. Niciodata nu o sa pot spune ca "numai acest proiect a fost cel mai bun". Va exista intotdeauna o marja de subiectivism. Ce isi propune Comisia sa obtina cu acea garantie? Principiul este ca, in cazuri extreme, banii trebuie dati inapoi.

Intrebare/Cristiana Terenche - Romania Libera: Cine mai da banii inapoi?

Dragos Valeriu Negrescu: Este o obligatie pe care si-o vor asuma autoritatile romane. Ele au obligatia de a asigura respectarea regulilor cu privire la legalitate. Agentiile de plati, care vor derula fondurile

SAPARD trebuie acreditate de Comisie. Iar pentru acest lucru va trebui sa acreditezi niste institutii pentru niste sarcini pe care nu le pot derula decat dupa ce sunt acreditate.

Intrebare/Cristiana Terenche - Romania Libera: Agentiile acestea vor fi pe plan local? La ce nivel?

Dragos Valeriu Negrescu: Foarte probabil agentile de contractari si plati, pot fi mai multe, sau una singura si vor fi la nivel central la Ministerul Finantelor. La nivel local vor trebui sa se constituie autoritati de implementare, care vor fi, printre altele, responsabile de selectia proiectelor.

Nu trebuie sa se plece de la premisa ca exista interese mai putin ortodoxe. Este omenesc sa prevaleze prezumtia de neexistenta a acestora.

Intrebare/Cristiana Terenche - Romania Libera: In momentul in care se creeaza o institutie, se face aceasta pentru a se evita asemenea posibilitati.

Ireny Comaroschi: As dori sa formulati mai concis intrebarile.

Intrebare/Marius Hossu - Curentul: Inteleg ca, cel putin in cadrul programului SAPARD, fondurile se dau pe cuvânt, iar verificarea din partea Comisiei se face dupa alocarea banilor si daca banii nu au fost cheltuiti corect sau oportun, statul roman se obliga sa-i dea inapoi.

Dragos Valeriu Negrescu: Da, asa este, se aplica, cu precizarea referitoare la corectitudine si la obligatia de a rambursa banii.

Intrebare/Grig Grigore Grigorescu - independent - Republica Moldova: Domnule ministru, care a fost criteriul impartirii expunerii pe trei sectoare? De ce dumneavoastra nu tineti cont ca nici un ziarist din tara asta nu va putea reproduce tot materialul dumneavoastra? Noi dorim sa stim cum se vor gestiona banii in viitor? Cineva raspunde de consumul lor, cineva trebuie sa ii restituie. Atunci cand am pus problema PHARE, s-a stabilit cifra de 4 milioane euro pentru imbunatatirea conditiilor din Valea Jiului, sa inchideti doua mine din sapte. S-au inchis cinci si nu s-a facut nici o imbunatatire. Atunci explozia sociala este periculoasa pentru stabilitate si in integrarea Romaniei in spatiul european.

Dragos Valeriu Negrescu: Voi face o singura remarca la aceasta intrebare, care a fost o exprimare a unui punct de vedere. Intrebarea dumneavoastra a fost "cum se cheltuiesc banii?" Aceasta este o prezumtie ca ei se cheltuiesc aiurea. Un lucru este ca banii nu s-au cheltuit, pentru ca banii nu sunt pierduti, ei nu sunt inca in perioada in care pot fi cheltuiti. Rata de absorbtie a Romaniei este de 98 %. Este prima sau a doua dintre tarile beneficiare.

Intrebare/Grig Grigore Grigorescu - independent - Republica Moldova: Nu s-au respectat conditiile din proiectele care se pun pentru a obtine un fond. Aici este neclaritatea, in indisciplina financiara.

Ireny Comaroschi: Va multumim foarte mult pentru sugestia pe care ati facut-o privind modul de prezentare a acestui tip de informatii. Fac un apel la dumneavoastra: daca aveti sugestii, sa ni le comunicati, pentru ca vom incerca sa demaram o serie de briefing-uri pe aceasta tema, privind negocierile de aderare la UE, si daca aveti sugestii concrete de desfasurare a acestui tip de activitate, le primim cu placere. Va multumim!

8. Dosarul de presă

Observații generale:

- este oferit ziariștilor prezenți la un eveniment (conferință de presă, lansări, inaugurări, vizite;
- trebuie să conțină informații interesante și relevante în privința evenimentului și să fie atractive grafic;
- conținutul dosarului este mai consistent decât în cazul conferinței de presă;
- este punctul de plecare pentru informarea gazetarilor și redactarea ulterioară a materialelor de interes.

Descrierea dosarului:

- coperta, cu sigla și antetul instituției, data editării și tema;
- sumarul, așezat la început, menționează materialele puse la dispoziție și ordinea lor;
- un text de prezentare a temei în cauză;
- alte documente care pot fi consonante cu tema și persoanele implicate (declarații prealabile, scurte biografii, articole de presă...);
- indicații despre vorbitor și competențele sale;
- date despre instituție și notorietatea ei;
- date despre invitați, dacă prezența acestora ridică gradul de onorabilitate a evenimentului;
- dosarul nu trebuie să depășească 12 pagini A4.

Tipuri ale dosarului de presă:

- dosarul care însoțește comunicatul de presă;
- dosarul - carte de vizită a instituției;
- dosarul pentru evenimente.

Dosarul de presă este înmânat jurnaliștilor doar cu ocazia prezenței efective la eveniment și nu înainte, în lipsă ori prin mijlocitori.²⁰

9. Alte modalități de comunicare cu publicul

Datorită complexității presupuse activitățile vizînd transmiterea, achiziția și stocarea informației a apărut firme specializate care pun la dispoziția instituțiilor interesate servicii precum:

- utilizarea tehnologiilor Internet;
- crearea unor baze de date și urmărirea tuturor noutăților apărute în domeniu;
- asistență informațională și inginerie documentară, pentru a asigura buna organizare și circulație a informației;
- stocarea, distribuția sau redistribuția informației;
- traducerea și prelucrarea informațiilor externe;
- recepția și selecția informațiilor conținute în presa cotidiană sau în cea de specialitate (revista presei), astfel încît buna informare să poate conduce la o reactivitate imediată.

Astfel de servicii sînt cerute de exigența a ceea ce americanii numesc *Competitive Intelligence*, iar francezii *veille technologique* (veghe tehnologică), adică în suprave-

²⁰ Între lucrările apărute în ultimii ani la noi: V. Stancu, M. Stoica, A. Stoica, *Relații publice. Succes și credibilitate*, Editura Concept Publishing, București, 1997; Dan Mircea, *Relațiile cu presa*, Editura Militară, București, 2000; Cristina Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2000.

gherea și observarea permanentă a mediului concurențial, a informațiilor utile pentru desfășurarea unei activități performate.

Aproape toate mesajele de comunicat iau formă scrisă. Grijă față de acest ssuport poate fi decisivă în evaluarea seriozității unei instituții.

Care sînt ofertele de produse și servicii ale unei firme de public relations?

➤ coordonare editorială; ➤ ediții publicitare; ➤ rapoarte anuale; ➤ clipuri audio-video; ➤ redacție instituțională, promoțională, tehnică; ➤ concepție și redactare de texte, realizări de dosare; ➤ mailings; ➤ reportaje fotografice sau video; ➤ grafică, tehnoredactare.	➤ realizarea de jurnale de întreprindere, reviste-magazin, cataloage, plachete, fișe de produs; ➤ studii de piață; ➤ realizarea de materiale multimedia; ➤ jurnalism, interviuri; ➤ campanii publicitare; ➤ fotogravură, imprimare; ➤ benzi desenate; ➤ scenarii;
--	--

Realizarea unei campanii de imagine unei instituții presupune angajarea unor competențe specifice:

- design grafic;
- creare, actualizare a logotipului;
- hărți grafice;
- coordonare artistică;
- bază de date, bancă de imagini, fototecă;
- ilustrații artistice și tehnice;
- reportaje foto;
- benzi desenate;
- imagini filmate în studio.

Dacă firma de *public relations* este angajată pentru a face o campanie publicitară, va efectua activități de:

- consiliere;
- plan de comunicare;
- strategie;
- afișaj;
- anunțuri de presă;
- clipuri audio-vizuale;
- planificare mediatică;
- cumpărare de spațiu publicitar;
- concepție redacțională;
- scenarii publicitare.

Relația client-agenție trebuie să se bazeze pe încredere reciprocă. Promoțiile concepute și gestionate de agenție trebuie să aducă maximum de eficiență. În aceste sens sînt necesare activități de:

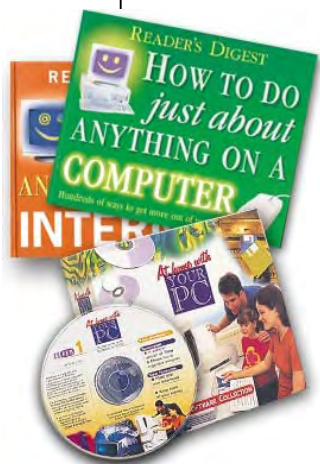
- consiliere;
- montaj al operațiilor promoționale;
- kit-uri de promoție;
- PLV –publicitate la locul vînzării;
- obiecte publicitare, cadouri, mascote, animație, felicitări;
- conceperea de jocuri promoționale;
- activități de fidelizare a clienților;
- marketing direct;
- standuri demonstrative.

Cum anume un produs poate ieși în evidență?

O condiție obligatorie, spun specialiștii, este un bun *packing* (ambalare, împachetare), dat fiind faptul că alegerea unui produs durează în medie 10 secunde. Este cea ce deosebește un produs de un altul, concurent.

Calitățile unui bun *packaging* (ambalaj):

- să corespundă obiectivelor definite de strategia promoțională;
- să răspundă exigențelor legale;
- să fie funcțională;
- să fie suficient de clară și explicită sub aspect informativ;
- să pună în valoare produsul;
- să sensibilizeze cumpărătorul.



Imaginea unei instituții depinde și de calitatea proiecțiilor video care o prezintă. Acestea trebuie să se bazeze pe o scriitură inedită, pe un scenariu ispititor, o dramatizare inspirată a scenelor, un montaj profesionist, dublat de trucaje, efecte speciale, animație...

Care sînt serviciile specializate ale unei firme de publicitate?

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| ➤ consiliere; | ➤ studiu de imagine; |
| ➤ concepție; | ➤ studiul costurilor; |
| ➤ redactare; | ➤ machetare; |
| ➤ test de consum; | ➤ realizare finală; |
| ➤ supravegherea fabricării. | |

Operațiunile realizate de o echipă de profesioniști constau în:

➤ coordonarea lucrării; ➤ scrierea scenariului; ➤ storyboard-ul; ➤ stabilirea bugetului; ➤ post-producția; ➤ reportajul pe site; ➤ acoperirea informativă a evenimentelor.	➤ concepție, privire de ansamblu; ➤ redactarea spoturilor radio; ➤ planificarea; ➤ managementul echipei de producție; ➤ demonstrația de produs; ➤ film publicitar;
--	---

Cu ocazi unor saloane sau expoziții, instituțiile interesate pot prezenta cu rol informativ dar și promoțional materiale vizualizabile de felul:

➤ standurilor; ➤ decorurilor scenice; ➤ diaforamei; ➤ prezentarea pe borne interactive; ➤ animație	➤ panourilor; ➤ genericelor audio-video; ➤ video-proiecțiilor, transmisiilor pe ecran de plasmă; ➤ etalarea logo-ului;
--	---

Logo-ul instituțiilor publice

Logotipul dă identitate vizuală instituției; este mai mult decât o investiție grafică, deoarece face parte din strategia generală a întreprinderii, fiind imaginea valorilor promovate de acea instituție.

La origine, termenul desemna un bloc de plumb, conținând mai multe semne și caractere și vizualizarea acestora. *Logo-ul* folosește semne (cifre, litere) și simboluri iconice, pentru a constitui formula distinctivă a unei instituții, colectivități, a unui produs sau serviciu. Stabilirea expresiei unui logotip se face funcție de o strategie prospectivă bine definită, derulată în etape de cercetare și testare a impactului, menită a pune în valoare referentul, dar și instituția care îl revendică și promovează. De aceea se va regăsi în formă nealterată pe toate, preservând același sens indiferent de suportul care îl expune.

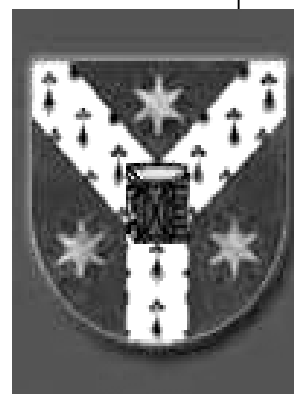
Care sînt calitățile unui logotip?

- ușurința cu care este reperat;
- posibilitatea de a fi recunoscut și memorizat ușor;
- adecvarea sa la instituție, produs, serviciu;
- caracterul inedit și surprinzător;
- motivația pe care o provoacă;
- durata sa.

Exemplu de logotip instituțional

- **Stema Universității "Alexandru Ioan Cuza", Iași**

"...am socotit că este absolut necesar ca stema să semnaleze faptul că Universitatea de azi este rezultatul a trei inițiative, care o fac moștenitoarea unor mai vechi tradiții de învățământ superior la Iași:



instituția întemeiată de Alexandru Ioan Cuza la 1860 a fost precedată de Academia Mihăileană, întemeiată de Mihail vodă Sturdza la 1834 și, mai în vechime, de Colegiul de la Trei Ierarhi, întemeiat de Vasile vodă Lupu la 1640. Aceste *trei inițiative domnești* le-am semnalat printr-o "furcă" (în heraldica franceză, *pairle*) de *hermină*: piesă onorabilă de prim rang, "furca", având forma unui Y, poate semnifica perfect cele *trei inițiative* iar hermina semnaleză, fără nici un echivoc, faptul că inițiativele au aparținut *puterii suverane*, principilor din vremurile respective. Hermina reprezentându-se în argint, câmpul scutului a fost determinat ca albastru. În felul acesta, culorile dominante ale stemei urmau să le reia, în mod cu totul întâmplător, pe acelea ale familiei ctitorului Universității (Cuzeștii purtau un scut "bandat" de argint și azur). Elementul central al scutului ar fi trebuit să-l constituie simbolul clasic al școlii de învățământ superior, Biblia, care nu lipsește din nici una din stemele universităților europene.

A doua realitate a cărei semnalare am socotit-o necesară a fost faptul că Universitatea a avut, la înființare, în 1860, trei facultăți: drept, filosofie și științe (...). Soluția care a dus la forma definitivă a stemei a fost (...) ca facultățile inițiale să fie simbolizate prin trei stele cu șase colțuri, întrucât în secolul trecut această stea pare a fi întruchipat ideea de învățatură și învățământ (...). Iar pentru a simboliza dezvoltarea ulterioară (și continuă) a Universității prin sporirea numărului de facultăți, s-a adoptat propunerea ...ca stelele să fie *strălucitoare* (cu raze intermediare, de mărimi diferite)." ²¹

Fotografia - scriitură în imagini

Fotografia nu constă doar în reproducerea fizică a unui obiect, peisaj sau persoane; ea poate ilustra un concept sau o abstracție cu mijloacele specifice. Benzile desenate pot fi utilizate în prezentări și promoții ca un tip de scriitură plastică, amuzantă și relaxată. Ele reușesc:

- să dedramatizeze subiecte prea delicate și grave;
- să concretizeze noțiuni abstracte;
- să favorizeze lectura și memorarea;
- să clarifice și să personalizeze mesajele.

Benzile desenate crează un climat de simpatie și detașare. Ele sensibilizează în primul rând copii, de aceea sînt folosite predilect la promoții vizînd produse destinate acestora. Profesioniștii pot presta activități constînd în:

- concepție de programe de animație;
- redactarea scenariului;
- desenul planșelor;
- colorarea acestora;
- editarea;
- crearea de personaje și de mascote;
- alte ilustrații vizuale.

Fotocronica

Unele instituții publice de larg interes (de exemplu, ministerele sau agențiile naționale) pun la dispoziția presei, dar și a publicului larg, o cronică a evenimentelor importante în imagini. Textul care însoțește imaginea este pur informativ, marcînd data, natura și

²¹ Cf. Ștefan S. Gorovei, *Buletinul* 10-12/2000, Institutul Român de Genealogie și Heraldică "Sever Zotta". Informațiile se găsesc și pe site-ul Universității "Al.I.Cuza" Iași (www.uaic.ro).

importanța evenimentului. Totodată sînt prezentate persoanele care alcătuiesc prim planul (de obicei liderii instituției) sau grupul focalizat în acea fotografie. Fotocronica nu este destinată neapărat publicării, cît informării celor interesați. Locul privilegiat în care instituțiile publice pun la dispoziție astfel de fotodocumente este propriul site Internet.

Ministerul Afacerilor de Externe

Fotocronica evenimentelor din luna decembrie 2002

Summit-ul UE de la Copenhaga, 13 decembrie 2002

Fotografie de familie cu participarea șefilor de stat, de guvern și a ministrilor Afacerilor externe



Copenhaga, 13 decembrie 2002

Conferința de presă în urma prezentării oficiale a concluziilor Consiliului European de la Copenhaga privitoare la România

De la stînga la dreapta: dna Hildegard Puwak, ministrul Integrării europene, dl Adrian Nastase, Primul-ministru al României, dl Ion Iliescu, Președintele României, dl Mircea Geoana, ministrul Afacerilor externe



Copenhaga, 13 decembrie 2002

Delegatia României la Summit-ul UE

De la stînga la dreapta: dl. Vasile Puscas, Negociator-sef la UE, dl Ion Iliescu, Președintele României, dna Hildegard Puwak, ministrul Integrării europene, dl Adrian Nastase, Primul-ministru al României, dl Mircea Geoana, ministrul Afacerilor externe



București, 11 decembrie 2002

Convorbiri romano-ungare



Porto, 6 - 7 decembrie 2002

Întîlnirea ministrului Mircea Geoana cu omologul său portughez, Antonio Martins da Cruz, la Consiliul Ministerial OSCE



Placheta

Precizează activitatea unei instituții și susține informațional demersurile de afaceri. O plachetă de prezentare trebuie să satisfacă anumite exigențe de ordin estetic, întrucât forma care îmbracă un anumit mesaj poate fi hotărâtoare în privința imaginii transmise de acea instituție. Cromatica, designul, grafica sînt “negociate” de specialiști, astfel încît să pună în valoare informațiile ce se vor cunoscute de clienți sau de parteneri.



Exercițiu:

Priviți imaginile de mai jos!

Comparați-le, interpretați-le, sesizați particularitățile și, eventual, erorile de compoziție!



Revista instituției

Nu puține sînt instituțiile care folosesc revista proprie ca mijloc de informare, de popularizare a proiectelor sau de promovare a acestora. Deoarece editarea unei reviste solicită nu doar competențe gazetărești ci și alocare de fonduri importante, frecvența și periodicitatea sînt semne ale seriozității instituției în cauză.



Exemplu:

În imaginile alăturate avem un număr al revistei editate de ARDOR, Asociația Română de Dezbatere, Oratorie și Retorică. Este o publicație destinată adolescenților, care sînt invitați să dezbată probleme care au un deosebit impact social, politic și cultural. Tema primului număr a vizat problematica drepturilor omului. Aici, tineri din toată țara propun construcții argumentative *pro* sau *contra*, rămînînd fideli unor reguli de organizare a discursului reclamate de arta retoricii și a oratoriei.



Exercițiu:

Din perspectiva informației prezentate, interpretați semnificația celor două imagini.

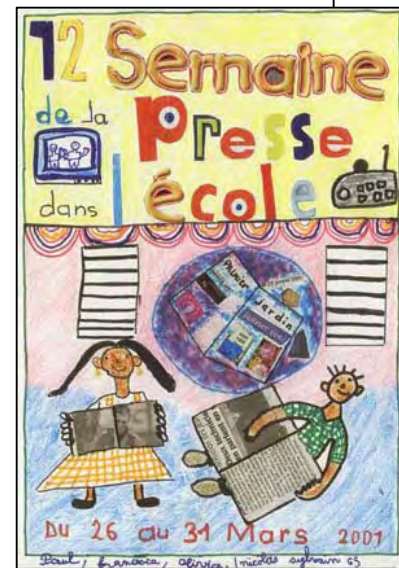
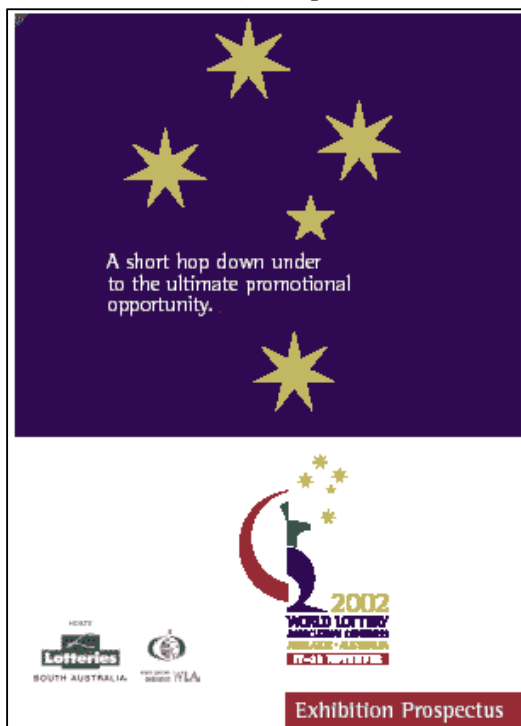
Mailing-ul

Este un serviciu specializat în comunicarea unei instituții cu salariații, clienții sau partenerii săi. Mailing-ul conține lista celor interesați de acea informație cu caracter de noutate pe care o primesc prin e-mail. Deoarece nu întotdeauna informația primită este interesantă și oportună, listele primitorilor de mesaje se fac uneori prin subscripție voluntară. De exemplu, cititorii ziarului *Adevărul*, se pot înscrie pe lista celor interesați să primească gratuit, prin *e-mail*, rezumatul zilnic al știrilor. Magazine precum *Gima*, trimit periodic acelor clienți care accesează poșta electronică informații relative la noile produse, prețuri, promoții. Internetul pune cu generozitate la dispoziție liste ale celor interesați de un anumit gen de informație. Sînt căutate noutăți cu caracter utilitar, știrile politice și sportive, informațiile muzicale sau cele relative la personalități în vogă.. Renunțarea la aceste informații se face on-line, printr-o simplă comandă a calculatorului.



Prospectul și afișul

Anunță, de regulă, desfășurarea unei manifestări culturale, sportive sau comerciale. Întrucît este primul semn care vorbește despre natura și anvergura evenimentului, devine absolut necesar în relația cu publicul.



Exercițiu:

Priviți cele două imagini! Prima este prospectul de prezentare a unei expoziții, cealaltă este un afiș care anunță organizarea unei săptămîni a presei școlare. Interpretați imaginile insistînd asupra particularităților etalate de ambele scriituri!

PLV



Este publicitatea la locul vânzării (*publicité sur lieu de vente*). Poate fi dispunsă deasupra vitrinelor sau standurilor de desfacere, astfel încât să semnaleze prezența unui anumit produs într-o rețea de distribuție.

Traducerea

Traducerea joacă un rol important în comunicare, întrucât face permeabile mesaje compuse în limbi inaccesibile tuturor. Firmele de relații publice se specializează și în acest tip de activități, venind în întâmpinarea celor care vor să cunoască date despre o anumită instituție, despre un anumit produs sau serviciu. De obicei, traducerea se face într-o limbă de largă circulație - engleza, franceza sau germana. Traducătorul autorizat și specializat este interfața necesară între firmă și clienții străini, răspunzând de corectitudinea datelor și de fidelitatea redării lor. Dacă un anumit produs este desfăcut în altă țară decât cea a producătorului, atât ambalajele, cât și materialele de informare însoțitoare conțin date privind firma producătoare, compoziția produsului, termenele de

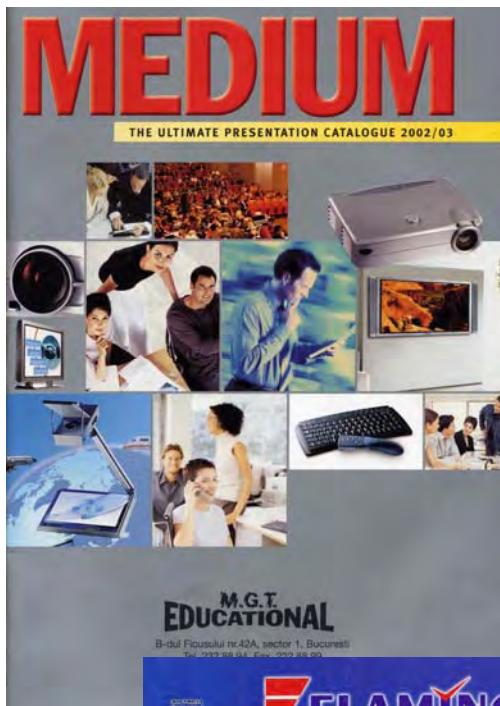
valabilitate, indicațiile de utilizare sau avertizările în limba țării în care este desfăcut acel produs.



Catalogul de produse

Are un caracter promoțional, dar poate fi mai mult decât o simplă prezentare a produselor, oferind o perspectivă asupra întregii activități a firmei. Este realizabil sub forma unor broșuri periodice, care inventariază produsele recente, destinate clienților, punând la dispoziție date privind performanțele acestora, prețul de vânzare, modalități de plată, promoții concursuri, locurile în care produsele pot fi procurate.

Pentru a pune în evidență fiecare produs, autorii unor astfel de materiale propun soluții grafice pliate pe specificul firmei sau al bunului promovat.



Exercițiu:

Comparați cele trei cataloage de prezentare a unor produse ce țin de tehnologia informației. Observați particularitățile de concepție, pe cele grafice și modalitățile de

Scrisoarea

Trebuie să convingă atât în privința conținutului, cât și a formei în care este redactată. Scrisorile pot fi personale sau oficiale. Dacă mesajul este oficial, antetul instituției angajate în comunicare este obligatoriu, ca și semnătura persoanei răspunzătoare. Dacă mesajul presupune o relație personalizată, sînt preferate scrisul de mînă, formulele de adresare în care se desconsfiră admirația sau simpatia individualizate.

Între scrisorile adresate instituțiilor publice, deosebit de importante pot fi cele de intenție, de motivație sau de prezentare.



Să privim viitorul cu încredere!

Am deosebită plăcere de a vă saluta în numele echipei Commercial Union Asigurări de Viață.

Este foarte ușor să faci o promisiune, dar este mult mai greu să o ții. Companiile de asigurări lucrează cu promisiuni, dar câte dintre ele se pot lăuda că și le-au ținut timp de 300 de ani?!

Commercial Union își poartă numele de companie Hand in Hand, fondată în 1696, care, încă de la înființare, și-a propus să ofere protecție, încredere și un parteneriat de lungă durată clienților săi. Practic, CGNU - grupul din care face parte Commercial Union - este astăzi cel mai vechi operator pe piața asigurărilor, îndeplinirea promisiunilor fiind de la bun început un angajament luat de companie în fața partenerilor săi.

Furnizăm produse de asigurări care să răspundă cerințelor dumneavoastră, oferindu-vă un sprijin real pentru a putea face față realităților cotidiene atât de incerte. Astfel vom fi alături de dumneavoastră când veți suferi o pierdere. Fiecare dintre aceste promisiuni se bazează pe stabilitate și putere financiară. Astăzi, CGNU este lider pe piața asigurărilor din Marea Britanie, deținând, în același timp, o poziție de vârf în întreaga lume.

Tutte acestea vă pot forma o imagine despre forța financiară a grupului, suficient de convingătoare pentru a vă determina să optați pentru o asigurare de viață Commercial Union. Mi-ar face plăcere să vă urez bun venit în marea familie a celor asigurați la CGNU.

Cu cea mai înaltă considerație,

Carl Boehr,
Președinte și CEO
Commercial Union Asigurări de Viață



COMMERCIAL UNION ASIGURĂRI DE VIAȚĂ





Când vorbim de comunicare, există o companie care se preocupă atât de oameni cât și de tehnologie.










Scrisoarea de intenție / motivație

Scrisoarea de intenție (motivație)

Scrisoarea de intenție este modalitatea prin care solicitantul unui loc de muncă își prezintă atuurile, astfel încât să convingă în privința motivațiilor, seriozității și competenței sale. Mai este numită și *scrisoare de prezentare*, de aceea se adresează în mod distinct și exclusiv unei instituții, divulgând astfel interesul particular acordat acesteia. Solicitantul va oferi acele informații care îl recomandă pentru un anume post, dar și măsura în care, ocupându-l, ar putea contribui la strategia de perspectivă a instituției. Motivațiile trebuie formulate astfel încât interesele personale să nu prevaleze în raport cu cele ale firmei ofertante.

Scrisoarea de intenție nu are un conținut prefabricat, ci trebuie adecvat contextului la care se raportează. Scrisoarea va fi adresată persoanei care se ocupa de angajări sau direct departamentului de resurse umane. În primul rând, trebuie să se precizeze postul vizat și sursa informațiilor referitoare la postul disponibil. Va fi exprimată clar și fără rezerve dorința de a candida pentru respectivul post, invocând motivele interesului pentru acesta, se menționează disponibilitatea pentru un interviu sau un concurs de angajare. Scrisoarea va fi însoțită în mod necesar de un CV (Curriculum vitae).

Reguli în privința conținutului

- informația trebuie să fie clară și punctuală (denumirea postului, motivele care îndreptățesc solicitarea, argumente profesionale credibile sau justificate prin documente oficiale);
- conținutul trebuie adecvat profilului și perspectivelor instituției respective;
- vor fi evitate menționări care ar contrabalansa meritele invocate anterior sau care ar fi incompatibile cu politica firmei, ca și pretențiile financiare;
- disponibilitatea de a comunica, precum și adaptabilitatea la schimbare sînt oricînd argumente favorabile;

Reguli de redactare:

- textul va fi redactat într-un font simplu, convențional, ușor de citit;
- paragrafele vor fi scurte și concise;
- propozițiile trebuie să respecte fidel normele de ortografie și punctuație;
- hîrtia folosită va fi albă și nu colorată;
- fotografia se atașează scrisorii doar dacă este solicitată.

Scrisoarea va conține date de identificare (adresă, numere de telefon, fax, e-mail). Formulele de încheiere politicoase, datarea și semnătura personalizată sînt la rîndul lor obligatorii.

CV-ul

Scriitura pe Internet

Un **font** este caracterizat de următoarele atribute:

- culoare (stabilita prin atributul `color`);
- tipul sau stilul (stabilit prin atributul `face`);
- marimea (definita prin atributul `size`);
- marimea in puncte tipografice (stabilita prin atributul `point-size`);
- grosime (definita prin atributul `weight`).

Culoarea fontului

Pentru a scrie un fragment de text cu caractere de o anumita culoare se delimitează fragmentul, dând atributului `color` valoarea necesara.

O culoare poate fi precizata:

- printr-un nume de culoare.
- printr-o constanta, conform standardului de culoare RGB (Red, Green, Blue).

Familia fontului

Pentru a scrie un text pot fi folosite mai multe fonturi (stiluri de caractere). Exista cinci familii generice de fonturi care sunt de regula disponibile pe toate calculatoarele utilizatorilor: *serif*, *sans serif*, *cursive*, *monospace* și *fantasy*. Tipul de font necesar poate fi stabilit prin atributul `face` al etichetei. Pot fi introduse mai multe fonturi separate prin virgulă.

Marimea fontului

Mărimea unui font poate fi stabilită exact cu ajutorul atributului `point-size`. Valorile acceptate de acest atribut pot fi orice numere naturale pozitive. Numărul astfel precizat reprezintă mărimea fontului în puncte tipografice.

Grosimea unui font

Grosimea unui caracter poate fi definită cu ajutorul atributului `weight` al etichetei. Valorile posibile pentru acest atribut sunt 100, 200, 300, 400, 500, 600, 700, 800 si 900 (100 pentru fontul cel mai subțire și 900 pentru cel mai gros).

Exemple de fonturi

Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
TIPURI DE SCRITURA	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Τιπυρι δε σκριιtura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura
Tipuri de scriitura	Tipuri de scriitura



III. TIPURI DE SCRITURĂ ÎN PUBLICITATE

1. Ideologii și tehnici ale seducției

Fără îndoială, pîrghiile comunicării sînt exploate astăzi cu intenția uneori explicită, alteori nu, de a seduce, de a crea o imagine convenabilă și convingătoare unei instituții, unui lider, unui produs sau serviciu. Unul de teoreticienii lumii de azi, Jean Baudrillard, constata că “astăzi nu mai există scenă sau oglindă, numai un ecran și o rețea. Nu mai există transcendență și profunzime, numai suprafața imanentă a derulării operațiunilor, suprafața netedă și operațională a comunicării. Întreg universul înconjurător și propriul nostru corp devin ecran de control, după modelul televiziunii - cel mai frumos obiect prototipic al acestei ere noi.”²² Totul este pus, crede Baudrillard, sub semnul voluptății de a seduce.

Trăind izolat de ceilalți ca într-o celulă, omul de azi se simte atotputernic la comenzile unei mașini ipotetice, de felul unui satelit orbital adaptat universului cotidian. Este sfîrșitul metafizicii, crede Baudrillard, și începutul erei hiperrealității, a simulării. Publicitatea invadează totul, pe măsură ce dispare spațiul public (strada, monumentul, piața, scena, limbajul)²³. Totul devine transparent și vizibil, totul este expus în agora informației și comunicării. Funcțiile culturii noastre sînt reduse la o singură dimensiune, cea a comunicării, iar evenimentele, spațiile, memoriile, reduse la singurătatea informației. Trăim într-un “spațiu saturat al comunicării”²⁴. În absența suflului clasic al transcendenței, ne refugiem în lumea imanentei, căutînd formele dinamice ale seducției, ale cărei teritorii privilegiate sînt suprafața și aparența. Seducția anulează orice profunzime, este “vertij superficial” dar și “abis superficial”.

După cum *seducția* este o provocare adresată ordinii producției, așa altădată *secretul* era o provocare adresată “ordinii adevărului și a cunoașterii”. O dată cu seducția, obiectul însuși ia inițiativa seducerii și deturnării... În centrul lumii nu se mai află dorința subiectului, ci destinul obiectului.²⁵ Publicitatea propune obiecte, proiectează un registru imaginar în care se regăsesc toate dorințele, obsesiile și frustrările noastre.

Modalități de influențare în publicitate

- atragerea atenției;
- suscitarea interesului;
- trezirea dorinței;
- determinarea hotărîrii de a cumpăra.

²² J. Baudrillard, *Celălalt prin sine însuși*, Casa Cărții de Știință, Cluj, -Napoca, 1997, p. 8

²³ ibidem, p.14

²⁴ ibidem, p.18.

²⁵ ibidem, p.62.

Strategii publicitare

- fizice (folosesc imaginea și sunetul);
- psihologice (influențează comportamentul);
- economice (vizează progresul și prosperitatea);
- lingvistice (exploatează resursele limbajului pentru a trimite mesaje)

Strategii lingvistice

- economie de cuvinte (evitarea redundanțelor, a cuvintelor și construcțiile inutile);
- alegerea cuvintelor funcție de rezonanță și sonoritate;
- folosirea elementelor ludice și umoristice (calambur, jocuri de cuvinte, fabricarea de cuvinte noi) .

Postulate ale calității unui mesaj:

- postulatul estetic-perceptiv: un mesaj reușit este frumos și original, pentru a atrage atenția – accentul este pus pe imagine.
- postulatul “argumentațional”, susținut de titlu, temă, slogan, argument – accentul este pus pe text;
- postulatul “motivaționist” – susține că nici imaginea și nici textele nu sînt decisive în alegerea unui produs, ci motivația, natura impulsului care generează consumul;
- postulatul semiologic, afirmă că ceea ce guvernează mesajul persuasiv este ansamblul structural formal compus din semn-imagine și text; o imagine funcțională este bună dacă este eficientă și nu dacă reprezintă o operă de artă.

Tehnici literare aplicate discursului publicitar

- dublarea scriitorului de către un narator;
- folosirea unor formule de adresare specifice publicului țintă, unele amicale și joviale, altele grave și pretențioase.
- folosirea abilă a pronumelor și apelativelor de felul eu, noi, tu, voi, dumneavoastră;
- utilizarea în scris a limbajului vorbit în mod curent;
- exploatarea tehnicii dialogului;
- insinuarea unor elemente de paralimbaj de felul vocii, rîsului, suspinelor, entuziasmului debordant...;
- recursul la elipse și omisiuni voluntare;
- introducerea unor elemente de prozodie (intonatie, accent) care dau sonoritate limbii cu ajutorul caracterelor de literă și a semnelor de punctuație;
- folosirea unui lexic adaptat publicului și clienților (accente locale, regionalisme);

- repetiții voluntare;
- sugerarea unor idei prin ocol sau prin elipsă;
- recursul la soluții discursive ludice sau umoristice;
- utilizarea unor construcții verbale nonfluente (ezitări, cuvinte inutile);
- marcarea lingvistică a emoțiilor prin expresii de tipul mmm, daaa, ahh...;
- “mimarea” discursivă a realității prin încălcarea convențiilor epice;
- folosirea unor stereotipuri lexicale feminine sau masculine;
- utilizarea intertextualității.

Înscrișuri publicitare

A scrie publicitate, nota Aldous Huxley, este mai greu decât a scrie un roman. Pentru romancier scriitura este liberă de alte constrângeri decât cele epice și stilistice, pentru autorul de texte publicitare constrângerile pot fi materiale, financiare și chiar etice. Categoria înscrișurilor publicitare este cât se poate de eterogenă, de la texte propriu-zise pînă la compoziții grafice sau iconice luate ca text (mesaj) de descifrat.

Cei care concep textele publicitare se numesc *copywriteri*, adevărați scriitori care-și investesc disponibilitățile creative în texte de altă factură decât cea pur literară. De altfel, cei care scriu texte publicitare nu sînt deloc străini de tehnicile și subtilitățile scripturistice. Ei au la îndemînă un spațiu mult mai comprimat decât autorul unui roman, dar de cele cîteva propoziții sau fraze integrate unui scenariu publicitar poate atîrna miză economică sau financiară cu care scriitorii obișnuiți nu sînt prea familiarizați.

Este în cauză asumarea unui compromis scriitoricesc, este o decădere pe scara fictivă a demnității auctoriale? Nu, cîtă vreme termenul prin care își identifică profesionalismul, cel de *copywriteri*, are mai degrabă rezonanțe tehnice, specializate, străine de adevărata literatură.

Dar textul publicitar nu ocolește șabloanele literare, nici schemele retoricii, nicia asamblările semiotice, nici subtilitățile decodificării hermeneutice.

După *natura* lor, textele publicitare pot fi:

- informative;
- persuasive.

După *destinație*, textul publicitar poate viza promovarea :

- unui produs;
- unui serviciu;
- unei instituții;
- unui proiect social, cultural, medical;
- imaginii unei instituții, persoane, grup;
- unei mărci.

După natura mesajului:

- vorbit;
- scris.

După suport:

- audio-video (radio-tv);
- internet și intranet;
- pliante, afișe, broșuri, material informativ în suport de hârtie;
- bannere, panouri,
- obiecte imprimate,
- inscripții pe mijloacele de transport.

În discursul publicitar, textul vorbit este considerat ca mai direct și personal, în timp ce discursul scris este văzut ca rece și impersonal. De aceea el este “încălzit”, colorat și personalizat cu ajutorul imaginii, pe de o parte, a impresiei de oralitate – pe de altă parte.

Modalități de integrare a textului

De cele mai multe ori, textul publicitar dublează o imagine de impact. Scrisul, la rândul lui face parte din configurația estetică, vizuală, a unui afiș publicitar, devenind el însuși imagine.

Alegerea tipului de scris este importantă. Corpul de literă folosit nu trebuie să fie întîmplător. Cadrele promoționale folosesc litere standardizate, deși unele din ele au aparența scrisului manual. Unele sînt sobre și reci, altele “jucăușe” și calde; unele au aparență populară, altele sînt rafinate și stilizate; unele au iz arhaic, altele sfidează formele prin îndrăzneala construcției; unele sînt simple altele baroce și excesiv decorate...

Care sînt criteriile de alegere a cuvintelor?

- sonoritatea (criteriul fonologic);
- forma (criteriul grafologic).

Spațiul semnificant poate fi umplut cu cuvinte, dar și cu pauze de limbaj. Alternarea dimensiunilor corpului de literă crează efecte grafice interesante. Literele îngroșate vizualizează mesajul principal, în timp ce literele mici, abia sesizabile, conțin informații care privesc mai degrabă cumpărătorii (prețuri, restricții, termene de valabilitate).

Unele texte publicitare sînt eliptice, lăsînd cititorul să completeze cuvintele absente. Ele au aspectul unui rebus care testează perspicacitatea clientului.

Uneori firmele folosesc spațiu publicitar excedentar pentru a transmite un mesaj scurt. De exemplu felicitările (v: Orange).

Campaniile de marketing folosesc și altfel de texte în cadrul strategiilor de atragere atenției:

- scrisori personale;
- vederi;
- felicitări;
- invitații de participare la concursuri sau evenimente promoționale;
- înștiințări de prețuri și produse promoționale;
- anunțuri de trageri la sorți pentru câștigarea de premii.

Particularități culturale:

Strategiile de marketing trebuie să țină cont de specificul comunității locale luate ca țintă de implementare a proiectelor. De aceea soluțiile manageriale nu vor fi luate la întâmplare. Unele expresii sau imagini dintr-o cultură pot avea, în alte locuri sensuri și semnificații diferite. De aceea, cunoașterea codurilor culturale și de civilizație este obligatorie în cazul unei atari activități. Nu întotdeauna se poate transmite unul și același mesaj în toate țările.

- ordonarea (succesiunea) textuală cunoscută în Occident nu este aceeași în Orientul arab, unde cititul se face nu de la stînga la dreapta, ci invers;
- semnificația unor cuvinte într-o limbă poate fi alta, cu totul diferită, în alta (v. exemple), datorită unei traduceri lirice a unui enunț metaforic, datorită polisemiei;

Între exemplele neinspirate de slogan publicitar să amintim câteva:

- Rolls Royce a realizat modelul Silver Mist (Ceața de Argint) care nu a avut succes în Germania, pentru că aici *mist* înseamnă “excrement”.
- Sloganul Pepsi “Revino la viață cu Generația Pepsi” (*Come alive with Pepsi Generation*) a fost tradus în chineză prin: “Pepsi îți va aduce strămoșii înapoi la viață”,
- sloganul Kentucky Fried Chicken *finger lickin’ good* “atît de delicios încît îți lingi degetele) în chineză era tradus cu “mănîncă-ți degetul”²⁶.

Textul informativ - este sugerat vizual prin anumite caracteristici tipografice:

- fonturi simple și sobre;
- alternare cromatică, pentru a scoate în evidență informația principală;
- coloane distincte.

Logotipul publicitar

Este semnul grafic de identificare a instituției, cartea ei de vizită și emblema acesteia.. Însoțește toate documentele oficiale ale firmei, fiind imprimată vizibil și pe ambalajul sau eticheta exterioară a produselor.

Tehnici de marcaj

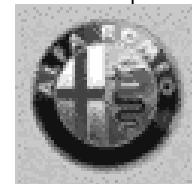
Marcajul constă în reproducerea unui *logo*, a unui text, a unei imagini reprezentative aplicate pe un suport publicitar.

- **Serigrafia** (imprimare pe textile, aluminiu, pvc, piele);
- **Tampografia** (formă de imprimare pe plastic, lemn, piele – stilouri, brichete..)
- **Marcajul laser.**

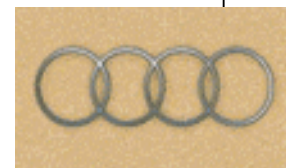


Exemple de logotipuri din domeniul construcțiilor de mașini:

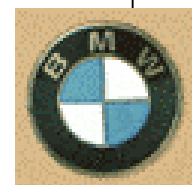
Alfa Romeo. Denumirea companiei este legata de Nicolas Romeo; ALFA este o abreviere de la **A**nonima **L**ombardo **F**abbrika **A**utomobili, companie fondată de el în 1915. Emblema firmei (o cruce roșie pe fundal alb și imaginea unui sarpe cu coroana) a fost preluată din stema familiei de nobili milanezi Visconti. Se zice că sarpele simbolizează balaurul singeros care în secolul V î.e.n. făcea ravagii prin împrejurimile orașului Milano și a fost ucis de Umberto, unul din strămoșii familiei Visconti. Crucea își trage originea de pe vremurile primei cruciade (1095 - 1099), la care au participat și luptători din Lombardia. Multi ani la rând, din 1926, emblema era înconjurată de o coroană de lauri, în semn de omagiu pentru Premiul Mare obținut la Raliul Mondial din 1925.

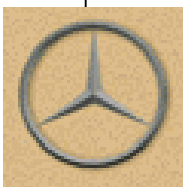


Audi a fost fondată în 1909 de către August Hortsch, prin latinizarea numelui său de familie - care în germană înseamnă "ascultă". În 1932 vechii rivali au hotărât să se unească, asociatie la care s-au adăugat companiile "DKW" și "Wanderer", astfel s-a născut consorțiul "Auto-Union". "Audi" a fost cumpărată de "Volkswagen" în 1964, dar emblema a rămas aceeași - patru inele simbolizând cele patru companii asociate.

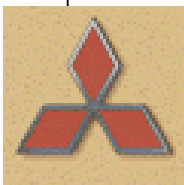


BMW e o abreviere de la "Bayerische Motorenwerke", firma apărută în 1916. Prima emblema, adoptată în 1917, conținea imaginea unei elice în mișcare. În 1920 elicea a fost stilizată, fiind împartită în patru părți alb-albastre (tradiționale culori bavareze). Emblema din zilele noastre, foarte asemănătoare cu cea precedentă, a apărut pentru prima oară pe motocicletă și mașini în 1963.





Mercedes-Benz a fost fondată în 1926 sub denumirea "Daimler-Benz AG", legată de numele a doi pionieri ai industriei automobiliste, Karl Benz (cel ce a creat în 1886 primul automobil din lume cu trei roți având motor cu benzină) și Gottlieb Daimler (cel ce a creat primul automobil de același fel, dar cu patru roți). După moartea lui Daimler în 1909 compania a fost preluată de cei doi fii ai săi. Cautând o emblema atragătoare, frații și-au adus aminte de o scrisoare trimisă de tatăl lor soției sale, în care era desenată o stea pe care el visa să o vadă de asupra uzinei "Daimler" ca simbol aducător de victorii. În 1909 au fost aprobate două variante de marca reprezentând o stea cu trei și cu patru colțuri, dar a fost pusă în circulație doar varianta cu trei colțuri, ceea ce trebuia să simbolizeze suprematia companiei pe pământ, pe apă și în aer. Benz la rândul lui și-a ales drept marca în 1903 o roată (volan) care peste șase ani a cedat locul unei cununi de lauri. După contopirea celor două companii în 1926 acest simbol a fost combinat cu steaua Daimler, iar emblema de astăzi - o stea cu trei colțuri în interiorul unui cerc - există din 1937. În 1899 businessmanul, diplomatul și automobilistul austriac Emile Gellinek a cistigat un raliu sub pseudonimul "Monsieur Mercedes", Mercedes fiind numele fiicei sale. Peste un an "Daimler" a acordat businessmanului dreptul de a vinde în Austria și Franța un nou automobil sub marca Mercedes care între timp devenise atât de populară, încât compania a hotărât să dea acest nume și următoarelor modele.



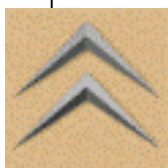
Mitsubishi, una dintre giganti mondiali, era la început o mică întreprindere specializată în transporturi, fondată în 1870 de către Iataro Iwasaki. Marca reprezentând trei romburi a fost preluată în 1917 din stema familiei Iwasaki și treptat s-a tot simplificat de-a lungul anilor până a capatat aspectul de astăzi. De regulă semnul era executat în roșu, culoarea cea mai populară în Japonia. Potrivit filozofiei companiei, romburile simbolizează cele trei principii "Mitsubishi": responsabilitatea față de societate, corectitudinea în business și consensul dintre popoare în relațiile comerciale.



Porsche a fost numit astfel în cinstea designerului german Dr. Ferdinand Porsche. Calul de pe emblema a fost împrumutat de pe stema orașului Stuttgart, întemeiat în Evul Mediu pe locul unei crescătorii de cai (orașul se numea inițial Stuten Garden, "grădina cu iepe"). Dungile roșii și negre au fost luate de pe stema regatului Württemberg, a cărui capitală era Stuttgart. Această "stema combinată" a fost lansată în calitate de emblema Porsche în 1952.



Renault a fost fondată la sfârșitul anului 1890. Prin 1922 a apărut o emblema sub forma de cerc cu denumirea "Renault" în mijloc fixată pe o placă între două linii orizontale. Semnul era plasat pe claxon, placă permitând sunetului să iasă nestingherit. După ce în 1924 s-a decis ca placă să aibă forma de romb, respectiv s-a modificat și forma emblemei. Emblema adoptată în 1973 avea culorile galbenă, neagră și albă. Emblema pe care o cunoaștem astăzi, cu suprafața netedă, a intrat în vigoare în 1992.

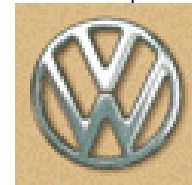


Citroen a fost fondată de Andre Citroen la Paris în 1913 și se ocupa la început de producerea cutiilor de viteză. Acestea, ca să aibă un ambreiaj mai trainc, aveau dinți a căror formă aminteau un caprior. Când Citroen a reprofilat uzina pentru producerea primului automobil de masă din Europa, el a ales "capriorul" roții dintate în calitate de emblema. Forma și mărimea emblemei s-a tot modificat de-a lungul anilor, devenind mai mici. La 4 iulie 1925 compania a hotărât să marcheze într-un mod original succesele obținute și a creat o emblema uriasă, formată din imaginea Turnului Eiffel și denumirea firmei scrisă pe verticală. Semnul a fost confecționat din 250 mii de becusoare de șase culori și putea fi văzut de la o distanță de 38 kilometri. Potrivit Cartii Recordurilor, el rămâne cel mai mare semn creat vreodată. Gigantica emblema a fost demontată în 1936.

Ferrari. Emblema firmei create de Enzo Ferrari in 1929 este una dintre cele mai vestite din lume. Calul ridicat in doua picioare a aparut pentru prima oara pe fuzelajul unui avion pilotat de asul italian Francesco Baracca. Culoarea galbena de pe fundalul calului a fost luata de pe stema orasului Modena, in vacinatatea caruia se afla uzina de automobile, iar verde, alb si rosu sint culorile nationale ale Italiei.



Volkswagen este un cuvînt compus; Volk inseamna in germana popor, iar Wagen - vagon, masina. Automobilul a fost conceput in 1934 de catre capetenile celui de-al treilea reich ca pe o limuzina cit mai compacta. Proiectul a fost elaborat de profesorul Ferdinand Porche. Punind la 26 mai 1938 piatra de temelie a uzinei de automobile linga orasul Vallersleben, la 80 kilometri est de Hanovra, el a anuntat ca masina va avea denumirea KdF-Wagen - Kraft durch Freude Wagen, *ad litteram* "Forta prin automobil al bucuriei". Cind dupa razboi compania a incaput in miinile autoritatilor engleze, orasul a capatat denumirea Wolfsburg, in cinstea unui castel din apropiere, a carui stema a devenit prima emblema a automobilului - imaginea unui castel si a unui lup (germ. Wolf). Mai tirziu, cind s-a pus problema vinzarilor in strainatate, a fost adoptata o emblema noua - literele V si W in interiorul unui cerc.



Ford a fost fondata in 1901 de catre Henry Ford in cooperare cu faimosul inventator Thomas Edison. Drept emblema a "Companiei de Automobile din Detroit" a fost aleasa semnatura stilizata a sefului firmei, semnatura care astazi se afla in interiorul unui oval.



Skoda a fost numita astfel in cinsta lui Emile Ritter von Skoda, care deschisese o fierarie la Plzen pe la sfirsitul anilor 1860. In 1920 firma a pornit productia de motoare pentru avioane si de tractoare. Primele automobile cu marca Skoda a fost lansate in 1925. Drept emblema a fost aleasa o sageata cu aripa, sageata simbolizind tehnologia in contiuna perfectare, aripa - spiritul creator al omului, iar ochiul de pe aripa - vigilența.



Alte exemple de logo-uri



Exemple de scriitură publicitară

Publicitatea Orange

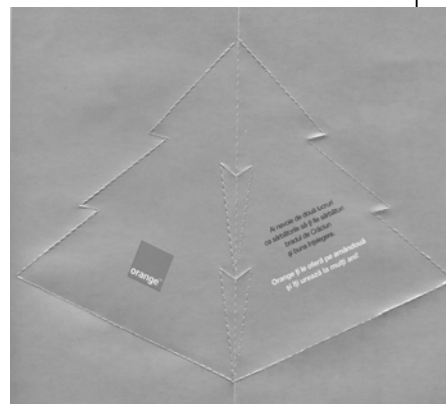


Denumirea.

În anul 2000, France Telecom a cumpărat compania Orange din Marea Britanie, decidând să folosească noul nume pentru serviciile de telefonie mobilă. Din aprilie 2000, denumirile de *Dialog* și *Alo*, cunoscute publicului român ca formând Mobil Rom, au devenit Orange. Pentru informarea clienților dar și pentru promovarea serviciilor, Orange a desfășurat și desfășoară o campanie publicitară deosebit de atractivă și diversificată în privința mijloacelor de comunicare și persuadare. Afișele, pliantele, cataloagele informative, spoturile televizate se integrează unei campanii publicitare care valorifică un mesaj generos, etalat în formule textuale sugestive dar și în oferte cromatice adecvate.

Textele:

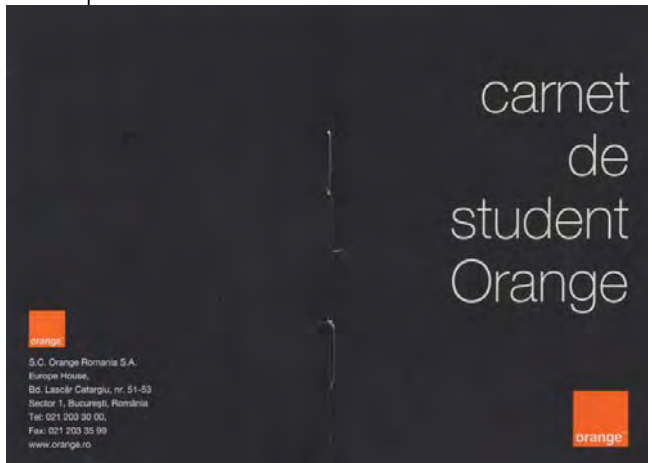
Variază de la maxima simplitate pînă la suporturi informative extinse și detaliate. De regulă, afișele, pliantele și broșurile publicitare Orange se adresează clienților cu formula “Salut!”, sugerînd că se adresează unui public tînăr, deja familiar, dispus a înțelege un mesaj simplu și și prețios. Simularea familiarității atenuează impresia unei propuneri care ar putea fi suspectată de intenții insidioase, cu iz comercial. Toate serviciile oferite vin în înțîmpinarea celor care vor să comunice rapid, simplu și sigur. Suporturile informative sau pliantele cu știri de la Orange oferă date despre noile produse și servicii. Ele sînt compuse într-o manieră directă dar politicoasă, clarificînd toate aspectele de ordin tehnic și financiar. Textele sînt culese cu un font simplu, într-o combinație cromatică în carese regăsesc negrul, portocaliul și albul. Pentru a realiza un contrast convenabil lecturii, fondul este fie alb, fie negru; alternările de culoare scot în evidență acele informații care pot stîrni interes și care se cuvin reținute ca esențiale. Pe lîngă felicitările trimise clienților prin SMS (Serviciul de mesaje scurte) în ziua de naștere a clientului sau cu ocazia unor sărbători religioase importante (ocazie de a personaliza la maximum comunicarea), Orange trimite și felicitări scrise, care încearcă să redea fidel specificul sărbătorii. În astfel de ocazii, “risipa” de spațiu în contrast cu economia de cuvinte și simplitatea mesajului sugerează totodată generozitate și dezinteres. Disponibilitatea de a (se) dăruie este sugerată de un brad stilizat, a cărui formă este dată prin linii în zig-zag obținute prin impresie mecanică și nu coloră. Textul însoțitor este la rîndu-i simplu, negru și alb pe un fond argintiu: “Ai nevoie de două lucruri ca sărbătorile să fie sărbători: bradul de Crăciun și buna înțelegere. Orange ți le oferă pe amîndouă și îți urează la mulți ani!” Buna înțelegere este obținută prin comunicare, iar comunicarea optimă este dată, bine înțeles, de Orange, a cărei siglă este așezată ca un dar în brăduțul abia vizibil.





Sigla:

Este compusă dintr-un pătrat portocaliu, dedublare cromatică a numelui Orange, cules cu litere albe, minuscule, în partea de jos a chenarului. *Logo-ul* este plasat de regulă în dreapta-jos a materialelor informative și promoționale, fiind însoțit de formula-slogan « the future's bright, the future's Orange », culească cu caractere bold, drept, în culori alb sau portocaliu, formulă sugerînd preeminența unui viitor luminos cu ajutorul oferit de Orange.



info ►

Ca urmare a Ordinului 463/2001 emis de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei informației cu privire la noul plan național de numerotație, începînd cu data de **14 iunie ora 0:00**, toate numerele de telefon vor fi modificate.

Modificările au loc la nivelul prefixului fiecărui număr de telefon. Pentru numerele de telefon Orange, **prefixul 09 devine 074**. Astfel, numerele de telefon vor avea 10 cifre, în loc de 9 cifre.

Numerele scurte apelabile de la telefonul Orange - de tip 411, 444, 311 etc. - vor rămîne neschimbate. De asemenea, codurile de acces vor rămîne aceleași: 00 pentru internațional și 0 pentru numerele interurbane.

Pentru facilitarea trecerii la noul sistem de numerotație, se vor putea efectua în paralel apeluri pe vechile numere și pe cele noi, încă **3 luni de la data de 14 iunie**. Începînd cu **14 septembrie**, va funcționa numai noul sistem de numerotație.



Imaginile:

Au o evidentă încărcătură simbolică. Principalele motive exploatate sînt: cerul albastru, pigmentat de cîțiva nori albi, copii jucîndu-se pe malul mării sau în mijlocul unui peisaj vast, linia orizontului...



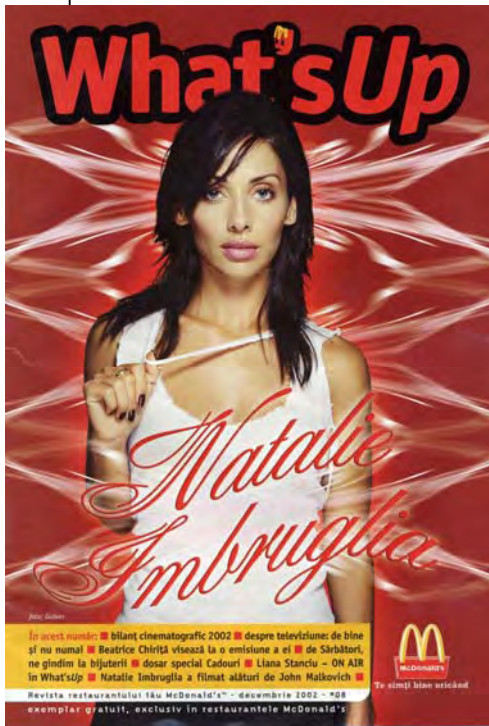
Analiza semiotică a unei imagini publicitare

XXX



Priviți imaginea alăturată!
Interpretați compoziția iconică
și identificați mesajul publicitar.

Publicitate McDonald's



What'sUp
are o bură.

Tu ai o idee.

Hai să facem schimb.

BURSA
What'sUp

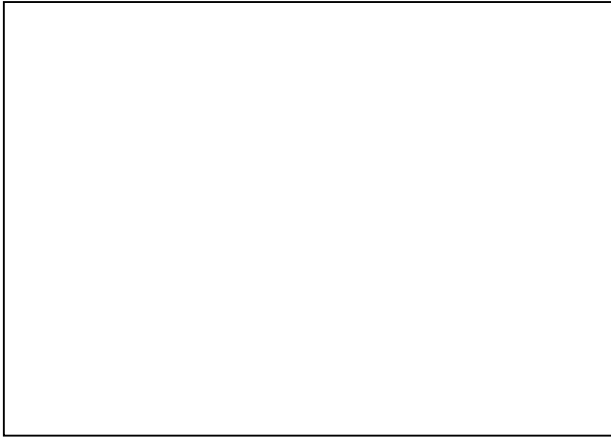
Dacă ai între 14 și 20 de ani și o idee creativă care necesită sprijin financiar, trimite dosarul* tău pe adresa redacției până la data de 10 ianuarie 2003. Proiectul tău va fi analizat de către un juriu, iar rezultatul îl vei afla în cursul lunii ianuarie.

* **Ce poți în dosar:** date despre tine, o prezentare detaliată a ideii tale, o scrisoare în care să explici de ce ai nevoie de această bursă și cum intenționezi s-o folosești, precum și orice material suplimentar (fotografii, desene, casete audio/video, CD-uri) care îți poate susține ideea.

Pentru informații suplimentare, poți să ne contactezi la (021)212.08.28; email: redactia@funbook.kappa.ro



Publicitate Gima



Oferă celor dragi
cu ocazia Sărbătorilor de Iarnă,
Coșuri de Crăciun

499.900 lei

1.499.900 lei

Cumpără de minim 500.000 lei
într-o lună și intră în
lumea avantajelor
Gima
cu **Gima Club Card**

Catalogul Gima conține o parte
din produsele la care NUMAI TU
ai parte de reduceri de preț

Caută în magazinele Gima și
alte produse cu reduceri speciale
pentru membrii Gima Club Card

NUMAI Gima Club Card îți dă
dreptul să participi la tombola
și loterii

NUMAI pentru tine Gima
organizează diverse acțiuni
promocionale unde ai parte de
reduceri importante de preț

NUMAI membrii Gima Club Card
beneficiază de
Cuponele de Discount

Gima[®]
SUPERSTORE

La fiecare 100.000 lei cumpărături făcute
la Gima din Iulius Mall Iași
vei primi un bon valoric.

Adună cel puțin 3 astfel de bonuri și mergi cu ele
la Centrul de Informații Iulius Mall.

Acolo vei primi pentru fiecare 300.000 lei cheltuiți,

un talon de participare la tombola
**Să-i scrii din timp
lui Moș Crăciun**

Să-i scrii
„Moș Crăciun...”

POATE FI A TA!

În perioada
1 noiembrie - 31 decembrie
se va desfășura la Iulius Mall
și în cele două superstore
Gima Iași și Gima
2003 S
pentru 3 taloni de participare la tombola
TOYOTA Corolla
nouă la care poți câștiga

Gima[®]
SUPERSTORE

**Află cum poți să
Cumperi fără bani!!!**

1. Culeștă folosind Gima Club Card
2. Urmărește punctele înscrise pe etichetele de raft
3. Adună cât mai multe SuperPuncte
4. Scontează Gima Club Card la Super Ecran și transformă SuperPunctele în
5. SuperCecul Gima cu care cumperi fără să plătești!

**CU NOUL SISTEM DE PUNCTAJ
Primești mai mult!!!**

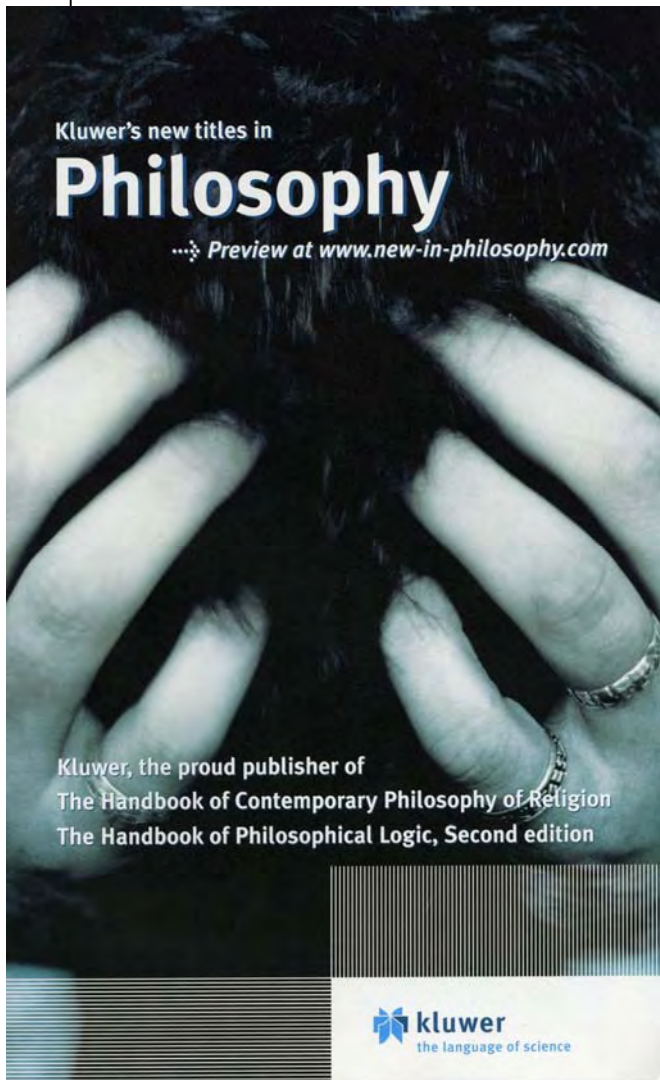
Dacă valoarea totală a cumpărăturilor tale
efectuate în intervalul de O LUNĂ
este egală sau depășește suma de
500.000 lei
valoarea SuperCecului va fi EGALĂ cu numărul
de SuperPuncte acumulate în luna respectivă

Dacă valoarea totală a cumpărăturilor tale
efectuate în intervalul de O LUNĂ
este egală sau depășește suma de
1.500.000 lei
numărul total de SuperPuncte acumulate
în luna respectivă se va **ÎNMULȚI** cu 1,5

Dacă valoarea totală a cumpărăturilor tale
efectuate în intervalul de O LUNĂ
este egală sau depășește suma de
4.000.000 lei
numărul total de SuperPuncte acumulate
în luna respectivă se va **ÎNMULȚI** cu 2

Un SuperPunct = 10 lei

Publicitate la cărți și reviste



Kluwer's new titles in
Philosophy
... Preview at www.new-in-philosophy.com

Kluwer, the proud publisher of
The Handbook of Contemporary Philosophy of Religion
The Handbook of Philosophical Logic, Second edition

 **kluwer**
the language of science



CIVILIZAȚIILE SE PERINDĂ SUB OCHII DVS.

CIVILIZAȚII ISTORISITE

Prima apariție în România

- ediție de lux, de negăsit în librării
- 36 de volume legate
- elegante decorațiuni aurii, pe ambele coperti
- format mare, 17 × 23 cm
- între 300 și 600 de pagini/volum
- zeci de ilustrații în culori și hărți reprezentative
- prezentare grafică deosebită



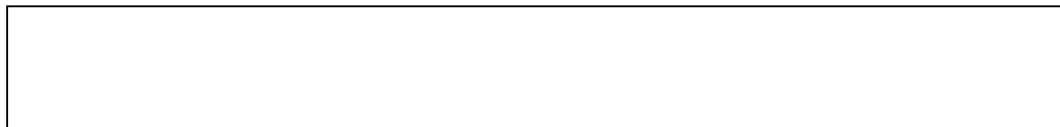
premieră în România, cea mai completă istorie a civilizației
ediție de lux, hors-commerce, luxulită de cadouri interesante și substanțiale
o lectură ce îmbogățește spiritul, fiecare pagină aducând un plus de informație,
spre cum a apărut civilizația pe pământ, cum s-au dezvoltat, apoi, civilizațiile pe firul
nputui și cum ne-au făcut ele prezentul

Individul liber este produsul civilizației și simbolul ei

CADOURILE COLECȚIEI

- **Făuritorii de civilizații**
– un dicționar în care vă veți reîntâlni cu cele
mai importante personalități ce au făcut civilizația,
din Antichitate până în timpurile moderne.
Alegerea lor este evident subiectivă, dar spe-
rim că personalitățile alese de noi vor corespunde
și preferințelor Dvs. Fiecare personaj vă este pre-
zentat pe scurt, prin faptele sale cele mai de seamă,
și, firește, însoțit de o imagine, pentru a vă da
posibilitatea să-l cunoașteți cât mai bine.
- **Indexul numelor proprii**
– întâlnite pe parcursul celor 35 de volume
ale civilizațiilor care vi s-au destăinut. Acest vo-
lum cuprinzător vă va ajuta să regăsiți volumele
și paginile unde apar nenumăratele personaje și
localități, fără de care lumea noastră ar arăta, cu
siguranță, cu totul altfel.
Când veți fi citit cele 35 de volume și veți
vrea să recitiți, de pildă, despre vestita lupoai-
că de pe Capitolu, acest index vă va trimite
numai decât la pagina 127 din volumul 7.
Convingeți-vă!

CORESPONDENTE



ADDENDA

LEGISLAȚIA ROMÂNĂ CU PRIVIRE LA:

- **RELAȚIILE PUBLICE;**
- **PUBLICITATEA;**
- **INREGISTRAREA MĂRCILOR:**

RELAȚIILE PUBLICE

Articolul 31 Constituția României

Dreptul la informație

1. Dreptul persoanei de a avea acces la orice informație de interes public nu poate fi îngradit.
2. Autoritățile publice, potrivit competențelor ce le revin, sunt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și asupra problemelor de interes personal.
3. Dreptul la informație nu trebuie să prejudicieze măsurile de protecție a tinerilor sau siguranța națională.
4. Mijloacele de informare în masă, publice și private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice.

Serviciile publice de radio și televiziune sunt autonome. Ele trebuie să garanteze grupurilor sociale și politice importante exercitarea dreptului la antenă. Organizarea acestor servicii și controlul parlamentar asupra activității lor se reglementează prin lege organică.

PUBLICITATEA

Reglementări legale aplicabile

• *Legea nr.148/2000 privind publicitatea*

Legea sus-menționată are ca scop protecția consumatorilor de produse și servicii, protecția persoanelor care desfășoară o activitate de producție, de comerț, prestează un serviciu sau practică o meserie ori o profesie, precum și protecția interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.

Legea reglementează:

1. **Formele de publicitate interzise**
2. **Regimul juridic al publicității înșelătoare și cel al publicității comparative**
3. **Dispoziții speciale privind publicitatea anumitor produse**
4. **Regimul juridic sancționatoriu aplicabil în cazul încălcării dispozițiilor legale.**

1. **Formele de publicitate interzise**

Conform prevederilor acestei legi este interzisă publicitatea care:

- a) este înșelătoare;
- b) este subliminală;

- c) prejudiciaza respectul pentru demnitatea umana si morala publica;
- d) include discriminari bazate pe rasa, sex, limba, origine, origine sociala, identitate etnica sau nationalitate;
- e) atenteaza la convingerile religioase si politice;
- f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnitatii si vietii particulare a persoanelor;
- g) exploateaza superstitiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- h) prejudiciaza securitatea persoanelor sau incita la violenta;
- i) incurajeaza un comportament care prejudiciaza mediul inconjurator;
- j) favorizeaza comercializarea unor bunuri sau servicii care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

2. Regimul juridic al publicitatii inselatoare si cel al publicitatii comparative

Pentru a se determina caracterul inselator al publicitatii se vor lua in considerare toate caracteristicile prezentate de aceasta, in special, elementele componente referitoare la:

- a) caracteristicile bunurilor si serviciilor, cum sunt: disponibilitatea, natura, modul de executie si de ambalare, compozitia, metoda si data fabricatiei sau a aprovizionarii, masura in care acestea corespund scopului destinat, destinatia, cantitatea, parametrii tehnico-functionali, producatorul, originea geografica sau comerciala ori rezultatele testelor si incercarilor asupra bunurilor sau serviciilor, precum si rezultatele care se asteapta de la acestea;
- b) pretul sau modul de calcul al pretului, precum si conditiile in care sunt distribuite produsele sau sunt prestate serviciile;
- c) conditiile economice si juridice de achizitionare sau de prestare a serviciilor;
- d) natura serviciilor ce urmeaza a fi asigurate dupa vanzarea produselor sau prestarea serviciilor;
- e) natura, atributiile si drepturile celui care isi face publicitate, cum ar fi: identitatea, capitalul social, calificarea, dreptul de proprietate industriala, premii si distinctii primite;
- f) omiterea de informatii esentiale cu privire la identificarea si caracterizarea bunurilor sau serviciilor, cu scopul de a induce in eroare persoanele carora le sunt adresate.

Publicitatea comparativa este interzisa daca:

- a) comparatia este inselatoare;
- b) se compara bunuri sau servicii avand scopuri sau destinatii diferite;
- c) nu se compara, in mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esentiale, relevante, verificabile si reprezentative – intre care poate fi inclus si pretul – ale unor bunuri sau servicii;
- d) se creeaza confuzie pe piata intre cel care isi face publicitate si un concurent sau intre marcile de comert, denumirile comerciale sau alte semne distinctive, bunuri sau servicii ale celui care isi face publicitate si cele apartinand unui concurent;
- e) se discrediteaza sau se denigreaza marcile de comert, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii sau situatia materiala a unui concurent;
- f) nu se compara, in fiecare caz, produse cu aceeasi indicatie, in cazul produselor care au indicatie geografica;
- g) se profita in mod incorect de renumele unei marci de comert, de denumirea comerciala sau de alte semne distinctive ale unui concurent ori de indicatia geografica a unui produs al unui concurent;
- h) se prezinta bunuri sau servicii drept imitatii sau replici ale unor bunuri sau servicii purtand o marca de comert sau o denumire comerciala protejata;
- i) se incalca orice alte prevederi ale Legii concurentei nr.21/1996.

3. Dispozitii speciale privind publicitatea anumitor produse

Este interzisa publicitatea explicita pentru produsele din tutun:

- a) difuzata in cadrul programelor de radiodifuziune si televiziune;

b) în presa scrisă, pe prima și pe ultima copertă sau pagina a materialelor tipărite.

Este, de asemenea, interzisă publicitatea pentru bauturile alcoolice și pentru produsele din tutun din incinta unităților de învățământ și a unităților de asistență medicală sau la o distanță mai mică de 200 metri de intrarea acestora, măsurată pe drum public.

Publicitatea pentru bauturi alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă în publicații destinate în principal minorilor, în salile de spectacole înainte, în timpul și după spectacolele destinate minorilor.

În plus, publicitatea pentru bauturile alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă nici în condițiile în care:

- a) se adresează minorilor;
- b) infatisează minori consumând aceste produse;
- c) sugerează că bauturile alcoolice sau produsele din tutun sunt dotate cu proprietăți terapeutice sau că au un efect stimulant, sedativ ori că pot rezolva probleme personale;
- d) da o imagine negativă despre abținerea;
- e) evidențiază conținutul în alcool al bauturilor alcoolice, în scopul stimulării consumului, sau face legătura între alcool și conducerea unui autovehicul;
- f) nu conține inscripții-avertisment, în limba română, pentru produsele din tutun. Este interzisă publicitatea substanțelor stupefiante și psihotrope.

Totodată, este prohibită publicitatea, în alte locuri decât cele de comercializare, pentru orice tip de arme, muniții, explozivi, metode și mijloace pirotehnice, cu excepția armelor destinate vânătorii sau sportului și a celor de panoplie. Cu privire la produsele și serviciile destinate minorilor, este interzisă publicitatea care:

- a) conține elemente ce daunează acestora din punct de vedere fizic, moral, intelectual sau psihic;
- b) încurajează, în mod indirect, copiii să cumpere produse sau servicii, profitând de lipsa lor de experiență sau de credulitatea lor;
- c) afectează relațiile speciale care există între minori, pe de o parte, și părinții sau cadre didactice, pe de altă parte;
- d) prezintă, în mod nejustificat, minori în situații periculoase.

În ceea ce privește produsele medicamentoase, este permisă numai publicitatea acestora care se eliberează fără prescripție medicală. În aceste cazuri, materialele publicitare se aprobă de Agenția Națională a medicamentului.

LEGE PRIVIND MARCILE ȘI INDICAȚIILE GEOGRAFICE

CAPITOLUL I

DISPOZIȚII GENERALE

Art.1. - Drepturile asupra marilor și indicațiilor geografice sunt recunoscute și aparate, pe teritoriul României, în condițiile prezentei legi.

Art.2. - De dispozițiile prezentei legi beneficiază și persoanele fizice și juridice străine având domiciliul sau sediul în afara teritoriului României, în condițiile convențiilor internaționale privind marile și indicațiile geografice la care România este parte.

Art.3. - În înțelesul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos se definesc după cum urmează :

- a) **marca** este un semn susceptibil de reprezentare grafică servind la deosebirea produselor sau serviciilor unei persoane fizice sau juridice de cele aparținând altor persoane. Pot să constituie marci semne distinctive cum ar fi: cuvinte, inclusiv nume de persoane, desene, litere, cifre, elemente figurative, forme tridimensionale și în special forma produsului sau ambalajului sau, combinații de culori, precum și orice combinație a acestor semne.

- b) **marca anterioara** este marca inregistrata, precum si marca depusa pentru a fi inregistrata in Registrul National al Marcilor, cu conditia ca ulterior sa fie inregistrata.
- c) **marca notorie** este marca larg cunoscuta in Romania la data depunerii unei cereri de inregistrare a marcii sau la data prioritatii revendicate in cerere. Pentru a determina daca o marca este larg cunoscuta se va avea in vedere notorietatea acestei marci, in cadrul segmentului de public vizat pentru produsele sau serviciile carora marca respectiva se aplica, fara a fi necesara inregistrarea sau utilizarea marcii in Romania;
- d) **marca colectiva** este marca destinata a servi la deosebirea produselor sau serviciilor membrilor unei asociatii, de produsele sau serviciile apartinand altor persoane;
- e) **marca de certificare** este marca ce indica faptul ca produsele sau serviciile pentru care este utilizata sint certificate de titularul marcii in ceea ce priveste calitatea, materialul, modul de fabricatie a produselor sau de prestare a serviciilor, precizia, ori alte caracteristici.
- f) **indicatia geografica** este denumirea servind la identificarea unui produs originar dintr-o tara, regiune sau localitate a unui stat in cazurile in care o calitate, o reputatie sau alte caracteristici determinate pot fi in mod esential atribuite acestei origini geografice...

Capitolul II

PROTECTIA MARCILOR

Art.4. - Dreptul asupra marcii este dobandit si protejat prin inregistrarea acesteia la Oficiul de Stat pentru Inventii si Marci.

Art.5. - Sunt excluse de la protectie si nu pot fi inregistrate:

- a) marcile care nu indeplinesc conditiile prevazute la art.3 lit.a ;
- b) marcile care sunt lipsite de caracter distinctiv ;
- c) marcile care sunt compuse exclusiv din semne sau indicatii devenite uzuale in limbajul curent sau in practicile comerciale loiale si constante;
- d) marcile care sunt compuse exclusiv din semne sau indicatii putind servi in comert pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinatia, valoarea, originea geografica sau timpul fabricarii produsului ori prestarii serviciului sau alte caracteristici ale acestora;
- e) marcile constituite exclusiv din forma produsului, care este impusa de natura produsului sau este necesara obtinerii unui rezultat tehnic sau da o valoare sustantiala produsului;
- f) marcile care sunt de natura sa induca publicul in eroare cu privire la originea geografica, calitatea sau natura produsului sau serviciului;
- g) marcile care contin o indicatie geografica sau sunt constituite dintr-o astfel de indicatie, pentru produse care nu sunt originare din teritoriul indicat, daca utilizarea acestei indicatii este de natura sa induca publicul in eroare cu privire la locul adevarat de origine;
- h) marcile care sunt constituite sau contin o indicatie geografica identificind vinuri sau produse spirtoase care nu sunt originare din locul indicat;
- i) marcile care sunt contrare ordinii publice sau bunelor moravuri;
- j) marcile care contin, fara consimtamintul titularului, imaginea sau numele patronimic al unei persoane care se bucura de renume in Romania;
- k) marcile care cuprind, fara autorizatia organelor competente, reproduceri sau imitatii de steme, drapele, embleme de stat, insemne, sigilii oficiale de control si garantie, blazoane, apartinand "tarilor Uniunii" si care intra sub incidenta art.6 ter din Conventia de la Paris;
- l) marcile care cuprind, fara autorizatia organelor competente, reproduceri sau imitatii de steme, drapele, alte embleme, sigle, initiale sau denumiri ce intra sub incidenta art.6 ter din Conventia de la Paris si care apartin organizatiilor internationale interguvernamentale din care fac parte una sau mai multe tari ale Uniunii.

Dispozitiile alin.1 lit.b),c) si d) nu se aplica daca, inainte de data cererii de inregistrare a marcii si ca urmare a folosirii acesteia, marca a dobandit un caracter distinctiv.

Art.6. - In afara motivelor prevazute la art.5 alin.1), o marca este refuzata la inregistrare daca :

- a) este identica cu o marca anterioara, iar produsele sau serviciile pentru care inregistrarea marcii a fost ceruta sint identice cu cele pentru care marca anterioara este protejata;
- b) este identica cu o marca anterioara si este destinata a fi aplicata unor produse sau servicii similare, cu cele pentru care marca anterioara este protejata, daca exista un risc de confuzie pentru public;
- c) este similara cu o marca anterioara si este destinata a fi aplicata unor produse sau servicii identice sau similare, daca exista un risc de confuzie pentru public, incluzand si riscul de asociere cu marca anterioara;
- d) este identica sau similara cu o marca notorie in Romania pentru produse sau servicii identice sau similare, la data depunerii cererii de inregistrare a marcii;
- e) este identica sau similara cu o marca notorie in Romania pentru produse sau servicii diferite de cele pentru care o marca este inregistrata, cu conditia ca folosirea marcii inregistrate pentru aceste produse sau servicii sa indice o legatura intre acestea si titularul marcii inregistrate, iar aceasta folosire sa creeze riscul producerii de daune titularului marcii inregistrate.

Art.7. - Marcile ce cad sub incidenta art.6 pot fi totusi inregistrate cu consimtamintul expres al titularului marcii anterioare sau notorie.

Art.8. - Natura produselor sau serviciilor pentru care se solicita inregistrarea marcii nu constituie nici un obstacol la inregistrarea acesteia.

Ce este CV-ul?

CV-ul este o succintă biografie, compusă cu scopul de a informa clar, precis și eficient în privința coordonatelor personale, educaționale și profesionale, care ar putea fi de folos la o angajare sau promovare.

Ce trebuie să conțină el?

Numele:

Date de contact: adresa, telefon, fax, e-mail;

1. Date personale: data nașterii/vîrsta, starea civilă, cetățenia;

2. Obiective profesionale

3. Educație / Pregătire profesională

În cazul în care te hotărăști pentru varianta franceză de CV, vei enumera etapele formării tale academice în mod cronologic, iar dacă preferi varianta anglo-saxonă le vei enumera invers cronologic (cea mai recentă achiziție academică va fi trecută prima). Atentie! Asigura-te că păstrezi același stil pe tot parcursul redactării CV-ului.

Poti să folosești următorul algoritm:

Perioada... localitatea... instituția de învățământ... specializarea... diploma obținută

Aceste informații sunt obligatorii, însă ordinea prezentării lor poate varia.

4. Cursuri / stagii de specializare

Folosind același algoritm vei enumera cursurile relevante, inclusiv forma în care s-au finalizat (diploma, certificate de participare/ de absolvire etc.).

RELAȚII PUBLICE SECTORIALE I

Prof. dr. Gheorghe TEODORESCU

CUPRINS

<i>INTRODUCERE: Exigențe generale ale aplicării proiectelor de PR academic:.....</i>	<i>63</i>
<i>I. ELABORAREA PROIECTULUI DE PR ACADEMIC</i>	
<i>Motivarea proiectului</i>	<i>65</i>
<i>Structura proiectului</i>	<i>66</i>
<i>Definirea obiectivelor și scopului acțiunii de PR.....</i>	<i>66</i>
<i>Formularea ipotezei și postulatului acțiunii de PR.....</i>	<i>66</i>
<i>Ipoteza de lucru și analiza percepției publice a instituției academice.....</i>	<i>67</i>
<i>Temă de seminar</i>	<i>68</i>
<i>II. DEFINIREA „SITUAȚIEI PROBLEMATICE” ÎN ECONOMIA PROIECTULUI DE PR</i>	
<i>Dubla percepție a imaginii publice a instituției universitare</i>	<i>69</i>
<i>Argumentarea pre-documentării proiectului de acțiune relaționistă</i>	<i>71</i>
<i>Obiectivarea „situației problematice” în cazul unei instituții de învățământ superior.....</i>	<i>76</i>

<i>Retroacțiunea ipotetică a definirii „situației problematice”</i>	77
<i>Determinarea resurselor-suport și variantele acțiunii de PR</i>	78
<i>Teme de seminar</i>	79
 III. ELABORAREA PLANULUI DE ACȚIUNE STRATEGICĂ	
<i>Structurarea metodică a direcțiilor de acțiune relaționistă</i>	80
<i>Definirea pașilor tactici ai proiectului de PR</i>	81
- Pasul 1.....	81
- Pasul 2.....	86
<i>Temă de seminar</i>	87
 IV. ORIENTAREA EXTERNĂ A PROIECTULUI DE PR	
<i>Instrumente specifice ale acțiunii de PR orientate spre exterior</i>	88
<i>Comunicatul de presă</i>	89
- Exigențe imagologice și discursive ale comunicării publice orale	92
- Comunicarea publică prin conferințe de presă.....	95
<i>Colocviul tematic</i>	97
<i>Publicația academică</i>	98
<i>Talk-show-ul în media audio-vizuale</i>	99
<i>Calendarul manifestărilor academice</i>	100
<i>Pliantul de prezentare a instituției (leaflet)</i>	101
<i>Pagina de Internet</i>	102
<i>Teme de seminar</i>	105
 V. ORIENTAREA INTERNĂ A PROIECTULUI DE PR	
<i>Argumente în favoarea demersului intraorganizațional</i>	106
<i>Correspondența de PR</i>	107
<i>Buletinul informativ al instituției academice</i>	109
<i>Intranetul</i>	112
<i>Colocviul academic</i>	114
<i>Consiliul profesorilor</i>	116
<i>Teme de seminar</i>	119
 <i>Bibliografie</i>	 120

Introducere: Exigențe generale ale aplicării proiectelor de PR academic

- În integralitatea lui, proiectul de PR construit în beneficiul unei instituții academice, se cere a fi promovat în condițiile respectării principiilor etice specifice oricărui demers relaționist.
- În cazul „studiului de caz” prezentat, unele instrumente și tehnici de lucru nu au fost construite propriu-zis, ci doar au fost schițate coordonatele după care ele pot fi realizate efectiv; o asemenea opțiune este motivată de faptul că, acest “studiu de caz” exprimă o intenție explicită de a nu depăși cadrul unui “proiect”, transformându-se într-o activitate de PR de sine stătătoare.
- Relația cadru general-studiu de caz se menține în structura prezentului proiect și ca urmare a inexistenței unor date de cercetare preliminară (definirea expectanței interne/externe, spațiul atributelor instituționale, structura pe caracteristici de public țintă, nivel de satisfacție academică, proiecții comparative asupra conținutului programelor de curs, atitudinea față de competența didactică, de calitatea populației studiantine, caracteristicile managementului universitar, nivelul resurselor disponibile, discriminarea scopurilor după segmente ale comunității academice etc.), făcând dificilă și, întrucâtva, inutilă o asemenea întreprindere. Pe bază de supoziții există riscul de a construi în utopic, compromițând ideea unui demers relevant.
- Nu poate fi trecut cu vederea nici faptul că acțiunea de PR comportă o etapizare și o administrare a tehnicilor și instrumentelor sale

specifice în funcție de ceea ce rezultă din contextul aplicării practice pe durata derulării proiectului relaționist, iar acest lucru a fost considerat principiu de lucru în realizarea modelului de acțiune aferent “studiului de caz” .

- Periodic, la intervale bine stabilite, sunt necesare evaluări de fază (*ad-tracking*), iar uneori teste ale eficienței muncii de PR (*ad-testing*) pentru a constata ce mai trebuie remediat, corectat sau inițiat în sensul dobândirii și menținerii unei imagini publice cât mai favorabile a instituției academice.
- Absența unei imagini “în oglindă” a acestei instituții în percepția publică locală, realizabilă prin metode adecvate (monitorizare a discursului media, analiză de conținut), constituie un impediment suplimentar în calea “obiectivării” procedeelelor de lucru.
- Este neîndoielnic faptul că orice demers de PR destinat construcției imaginii publice a unei structuri de tip academic poartă amprenta personalității autorilor săi, dar la fel de adevărat este și faptul că orice întreprindere de acest gen se supune unor exigențe metodice de natură să justifice statutul de « inginerie socială » a acțiunilor de PR.
- Prezentul « studiu de caz » constituie o opțiune și un îndrumar metodic interesat să pună în echilibru aspectele de ordin particular cu cele de ordin general în realizarea unui proiect de acțiune relaționistă.

I. Elaborarea proiectului de PR academic

A. Motivarea proiectului

1. Rațiunea principală a acestui demers relaționist este academică, urmărind finalități didactic-formative și de ordin practic-instituțional.
2. Prezentul demers are drept premise posibila existență a unor *situații problematice* la nivel instituțional, fără ca acestea să fi fost declarate *crize*.
3. Demersul didactic vizează identificarea metodelor și bunelor practici utilizate în sector academic, din perspectiva imaginii instituționale a unei instituții de învățământ superior.
4. Dimensiunile proiectului se structurează în pe trei axe majore de acțiune relaționistă: *credibilitate, prestigiu și vizibilitate*.
5. Proiectul de acțiune strategică sectorială este dublu orientat: *spre exterior* și *spre interior*.
6. Particularitatea acestui demers constă în caracterul sistematic, metodic și pragmatic al strategiei adoptate, cu valoare de ghid orientativ în beneficiul managementului organizațional al unei instituții cu multiple conexiuni inter-departamentale, inter-academice și inter-organizaționale, la nivel local, regional, național și internațional.
7. Tehnicile, metodele și metodologiile folosite se înscriu în logica activităților de *inginerie socială*.

8. Acțiunea agentului relaționist vizează dimensiuni “terapeutice” la nivel organizațional, formulând soluții practice, raționale și operaționale în regim de maximă eficiență a mijloacelor mobilizabile în acest scop.

B. Structura proiectului, definirea obiectivelor și formularea ipotezei de lucru

B.1. Structura proiectului:

- Definirea obiectivelor și scopului acțiunii de PR
- Formularea ipotezei și postulatului acțiunii de PR
- Analiza percepției publice a clientului, la nivel inter și intra-organizațional
- Determinarea resurselor-suport ale acțiunii de PR
- Elaborarea planului strategic de acțiune relaționistă
- Observații și recomandări finale

B.2. Definirea obiectivelor și scopului acțiunii de PR:

- Îmbunătățirea imaginii instituționale a unei instituții de învățământ superior în percepția publică locală, națională și internațională ;
- Valorificarea resurselor interne de creștere a notorietății, prestigiului și credibilității academice a unei instituții de învățământ superior ;
- Ameliorarea culturii organizaționale prin maximizarea randamentului canalelor de comunicare inter și intra-organizaționale.

B.3. Formularea ipotezei și postulatului acțiunii de PR:

- Instituția de învățământ superior, în calitate de subiect al acțiunii de PR, este o entitate integrată unei structuri universitare corporatiste, purtând titulatura de FACULTATE.

- Sursa majoră a recunoașterii prestigiului universitar rezidă în curricula academică particulară a FACULTĂȚII în spațiul învățământului superior românesc.
- Imaginea publică a FACULTĂȚII este proiecția extra și intra-instituțională a unor activități incomplet sau deloc cunoscute nu doar în exteriorul instituției, dar și la nivelul personalului didactic și a celui auxiliar, precum și a populației de studenți, tineri cercetători ori doctoranzi în diferite specializări.
- Principiul acțional este concentrat în formula:

Dacă nu sunt realizări efective de prezentat, nu pot exista temeiuri reale ale unei construcții relaționiste viabile!

IPOTEZA DE LUCRU: *La nivelul FACULTĂȚII există o activitate academică importantă, dar care nu este întotdeauna corect și complet cunoscută nici înafara, nici în interiorul cadrului universitar de care aparține.*

B.4. Ipoteza de lucru și analiza percepției publice a instituției academice

Există suficiente dovezi în favoarea susținerii obiectivelor și scopului demersului relaționist în beneficiul instituțional al unei instituții de învățământ superior.

Ipoteza formulată are de fiecare dată suport empiric de cercetare, fiind întemeiată pe o expertizare atentă, riguroasă și sistematică a realității.

Comentariu: Declinul unei instituții este cu atât mai dramatic, pe cât de grav îi poate fi afectată imaginea. Cu oscilații și incoerențe legislative, mediul academic participă direct și indirect la competiția inter-universitară, fiind constrânsă la asumarea multiplelor exigențe legate de performanța, credibilitatea și notorietată instituțională. Reușita în

confruntarea cu ofertele academice concurente pe piața învățământului superior românesc, depinde în mare măsură de calitatea managementului imaginii instituționale (*corporate image*), parte integrantă a unui management organizațional eficient.

Temă de seminar:

1. *Elaborați un raport de inițializare a unui proiect de acțiune relaționistă în beneficiul unui client din sectorul administrației publice locale/naționale.*

II. Definirea “*situației problematice*” în economia proiectului de PR

II.1. Dubla percepție a imaginii publice a instituției universitare:

- *percepția generală*
 - a. În cadrul FACULTĂȚII există importante zone de anonimat a acțiunii academice,
 - b. În cadrul FACULTĂȚII sunt sesizabile anumite deficiențe în dezvoltarea culturii organizaționale: inactualitate, birocrație, conflict de interese etc.
 - c. În interiorul FACULTĂȚII sunt probleme derivate din dinamica raportului: conservatorism vs. inovație.
- *percepția specifică*
 - a. FACULTATEA este o organizație cu o “dublă agendă a realității”: pe de o parte sunt preocupările de carieră și conservare a actualului sistem de promovare și recunoaștere academică, iar pe de altă parte sunt interesele de schimbare și inovare a culturii organizaționale și, implicit, de modernizare a sistemului de promovare și recunoaștere academică;
 - b. La nivelul FACULTĂȚII există un mecanism funcțional cu “două viteze”: sunt actori care optează pentru modelul adaptării “din mers” la procesele de schimbare și actori atrași de modelul “fractal” de schimbare instituțională.

Comentariu: Cultura organizațională reprezintă un suport decisiv al construcției imaginii instituționale, fapt ce implică o categorizare atentă a actorilor implicați în derularea proiectului de PR. În acest sens, pot fi decupate următoarele segmente ale mediului organizațional intern:

- a. **Inițiații**, cadre cu o anume vechime și status superior academic, mai bine familiarizați cu practicile, proiectele, disponibilitățile și angajamentele instituționale;
- b. **Aspiranții**, cadre aflate în etape asimilabile unui “noviciat” academic, care includ două sub-categorii socio-profesionale:
 - **corpul didactic tânăr**, aflat la începutul carierei didactice, dispunând de o competență semnificativă în domeniul de specialitate și conștient de valoarea performanțelor sale intelectuale - nerecunoscute sau recunoscute doar parțial de mediul didactic consacrat profesional -, dar nerăbdător să pășească treptele consacrării științifice.
 - **populația de studenți**, alcătuită din două segmente distincte de tineri:
 - a) *interesați* și,
 - b) *afazici*, mai mult sau mai puțin “detașați” de proiectul academic;
- c. **Auxiliarii**, cadre din sectorul administrativ, foarte implicați în rezolvarea problemelor de natură social-economică ale facultății, oricând convertibile în surse de tensiuni și conflict intra-organizațional;
- d. **Colaboratorii externi**, cadre didactice cu statut de asociat, furnizori de oportunități didactice în zona practicii de specialitate etc.

II.2. Argumentarea pre-documentării proiectului de acțiune reacionistă

Argument 1. Orice proiect de relații publice implică o strategie și o administrare inteligentă a imaginii organizației sau a liderului. Din acest punct de vedere, dimensiunea corporativă a strategiei se raportează la *scopurile generale* și la *direcția* spre care sunt îndreptate funcțiile operaționale ale organizației.

Strategia poate fi definită ca determinare pe termen lung a scopurilor și obiectivelor unei instituții, în raport de care sunt fixate durata acțiunii și resursele ce trebuie alocate în vederea atingerii acestor obiective și scopuri.

Argument 2. Pentru a determina scopuri și obiective ale proiectului de PR în beneficiul FACULTĂȚII este nevoie de un *plan de acțiune*. Pentru a-l întocmi trebuie ca întotdeauna să se plece de la formularea obiectivelor pe termen *scurt*, *mediu* și *lung* ale instituției, precum și de la resursele necesare atingerii acestor obiective. Cel dintâi suport al planului de acțiune strategică îl reprezintă însăși *situația prezentă*, iar analizarea și caracterizarea acesteia se face prin metode și tehnici specifice.

Argument 3. Fără o cercetare prealabilă a universului în care evoluează FACULTATEA este practic imposibil de a diagnostica natura problemei care a generat sau poate genera în perioada următoare o anumită criză de imagine. Din acest motiv,

Caracterizarea “situației problematice”

➤ Definirea *situației problematice* implică un demers quadristadial:

- 1) *caracterizarea situației problematice*, constând în căutarea unui răspuns adecvat întrebărilor:

- *Cum este percepută în acest moment activitatea FACULTĂȚII?*
- *Există în acest moment o problemă care riscă să se transforme într-o situație critică pentru FACULTATE în perioada următoare?*

➤ Este stadiul verificării și monitorizării cunoștințelor deja existente, a opiniilor, atitudinilor și comportamentelor celor implicați în/și afectați de acțiunile întreprinse de FACULTATE.

2) *planificarea și programarea*, reprezentând setul de activități de ordonare a informațiilor existente, definind urgențele, prioritățile și tipurile de răspuns privitoare la caracteristicile “situației problematice”:

- *Pe ce bază a fost identificată/definită situația problematică a FACULTĂȚII?*
- *Ce ar trebui schimbat sau făcut pentru ca ea să devină o situație avantajoasă pentru FACULTATE?*
- *Ce trebuie spus și cui anume?*
- *Când și în ce fel ar trebui spus ceea ce ar trebui spus?*

➤ Datele identificate în prima etapă devin suport factual al deciziilor privitoare la publicul țintă al proiectului de PR, la obiectivele programului, a tacticilor și strategiilor de comunicare adoptate. Nu de puține ori situația critică reclamă transformarea acestor date în sursă principală a politicilor ori programelor de acțiune inițiate de FACULTATE.

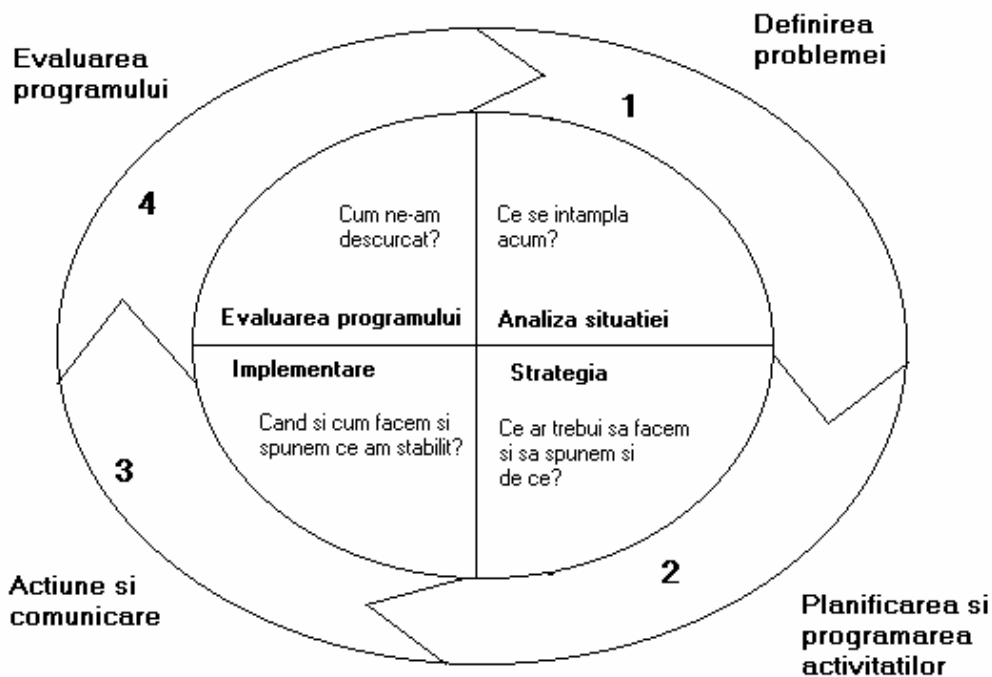
3) *acțiunea și comunicarea*, privite ca etape ale procesului de refacere a segmentelor deteriorate ale canalului de promovare a imaginii instituționale:

- *Cine sunt cei care trebuie să acționeze și să comunice în beneficiul de imagine al FACULTĂȚII?*
- *Unde ar trebui să se acționeze și/sau să se comunice cu bune efecte pentru FACULTATE?*

- 4) *evaluarea programului de acțiune relaționistă*, în care procedura revine la aplicarea unor întrebări de genul:

- *Cum se prezintă imaginea FACULTĂȚII în final?*
- *În ce fel și cu ce costuri a fost depășită/ameliorată situația inițială?*

- Fiecare pas dintre cei menționați este la fel de important întrucât *diagnoza, planificarea, implementarea și evaluarea* sunt etape care se întrepătrund în cadrul unui proces dinamic, continuu și ciclic:



Cei patru pași ai procesului de PR⁴

- Pentru a reuși, o acțiune structurată de PR este necesară o prealabilă cunoaștere a contextului *social, economic, axiologic și instituțional*, iar acest lucru nu se poate realiza decât apelând la metodă și la expertiză.

⁴ Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom - *Effective Public Relations*, 8th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2000, p.341.

- Cercetarea prealabilă a mediului social poate fi definită ca un efort necesar de culegere a informațiilor. Pe baza datelor pe care le aduce în atenția specialistului în PR, se obțin caracterizări diferite ale situației și elementele unei înțelegeri corecte a acesteia.

O ilustrare elocventă a acestei cerințe de ordin metodologic o constituie fabula elefantului și a celor șase orbi: *fiecare din cei șase nevăzători atinge o altă parte a elefantului și va oferi o descriere personală a pahidermului bazându-se exclusiv pe informația astfel obținută. Cel care atinge trompa elefantului va spune că elefantul este un fel de șarpe, în timp ce un altul care, atingând doar unul dintre picioarele elefantului, va susține că acesta seamănă mai curând cu un copac. Descrierile de acest fel pot continua în același mod cu fiecare dintre cei șase orbi astfel încât, în final, fiecare dintre ei va avea dreptate într-o măsură mai mare sau mai mică, după cum la fel de bine niciunul nu va reda corect animalul cercetat.*

- În absența unei evaluări metodice a situației problematice, agenții relaționiști ajung inevitabil la caracterizări improprii ale mediului generator de criză, nu foarte diferite de cele ale celor șase orbi. Din această perspectivă, *pre-ancheta* are meritul că poate conduce la judecăți comparative și la validarea presupuzițiilor aflate la originea conjecturilor și ipotezelor de lucru folosite în debutul acțiunii de PR. Este o replică științifică la tenacitate, autoritate și intuiție având drept scop *reducerea gradului de incertitudine* în procesul luării deciziilor strategice din timpul implementării proiectului de îmbunătățire a imaginii FACULTĂȚII.

Chiar dacă nu se obțin răspunsuri foarte precise la toate întrebările formulate de relaționist, cercetarea sistematică rămâne în continuare premisa majoră a unui demers eficient de construcție a dialogului, cunoașterii și înțelegerii dintre organizație și mediul social de referință.

- Receptivitatea la semnalele ce vin din exteriorul FACULTĂȚII dau o primă reprezentare asupra caracteristicilor imaginii sale publice, a modului în care ea s-a impus pe plan academic și social, a gradului de simpatie pe care o inspiră mediului în care se manifestă sau a stilului de a comunica informații despre activitatea pe care o desfășoară. Din acest punct de vedere, *ascultarea sistematică* trebuie înțeleasă ca o modalitate de cercetare în cadrul programului de relații publice, cu precizarea că ea este în același timp și o *ascultare activă*.

- Ascultarea activă sistematică *contribuie la structurarea observațiilor privitoare la situația problematică a FACULTĂȚII și, implicit, la orientarea demersului relaționist spre zonele de maximă vulnerabilitate instituțională, eliminând ambivalența raportului dintre ceea ce se cunoaște și ceea ce se presupune cu privire la sursele crizei de comunicare.*

- O comunicare eficientă înseamnă deschidere către Celălalt și receptivitate (*feed-back pozitiv*) la problemele acestuia. În absența *feed-back*-ului și a lipsei unor tehnici eficiente de contraverificare constantă a impactului produs de mesajul public transmis pe diferite canale de comunicare dinspre FACULTATE spre mediul de referință (*stakeholders*), sunt toate șansele de a realiza un demers relaționist lipsit de sens și finalitate, căutând soluții la probleme care nu există și orientând discursul către segmente de public eronat definite.

- *Feed-back*-ul este sursa sigură a încrederii în calitatea demersului relaționist, dând siguranță echipei de specialiști că se află pe drumul cel bun. Cantitatea de informație de care dispune managementul FACULTĂȚII în consecința interacțiunii sale cu mediul de referință și publicurile specifice, constituie indicatorul eficienței comunicării sale cu mediul intern și extern. Cu toate acestea, *stocul de cunoaștere spontană* de care dispune la un moment dat FACULTATEA nu este neapărat și suficient pentru o bună imagine instituțională. Este nevoie de experiența, competența și creativitatea specialistului în PR pentru o

valorificare maximală a informațiilor potrivit unui optim raport între așteptări și realitate, între *trebuințe de imagine* și *resurse disponibile*.

- De multe ori *definirea problemei* începe odată cu aprecierea cuiva, cum că *ceva nu merge bine* sau că în curând acel ceva ar putea să nu mai meargă bine, fie să nu mai meargă deloc. Din acet moment eforturile se concentrează asupra criteriilor ce stau la baza unor asemenea aprecieri și judecăți ale situației, respectiv asupra obiectivelor organizaționale amenințate de aspectele nou intevenite în contextul în care aceasta își desfășoară activitatea.

Cu cât o nemulțumire este descoperită mai devreme, cu atât ea este mai simplu de soluționat și afectează mai puțin activitatea organizației.

II.3. Obiectivarea situației problematice în cazul unei instituții de învățământ superior

Dintre sursele cu potențial problematic ridicat, în cazul FACULTĂȚII, două se impun cu deosebire atenției agentului relaționist:

- a. teama de a nu atrage interesul mediului preuniversitar pentru specializările existente în cadrul FACULTĂȚII, respectiv de a nu atrage interesul tinerilor cu reale aptitudini pentru aceste specializări (*risc instituțional*);
- b. teama apariției de stări tensionale la nivelul corpului didactic din considerente de ordin inter-generațional, inter-departamental, inter-sectorial, inter-instituțional (*risc funcțional*);

II.4. Retroacțiunea ipotetică a definirii “situației problematice”

În consecința logică a solicitării agentului relaționist, managerul FACULTĂȚII (*Consiliul profesoral*) fixează în agenda de lucru dezbaterea situației problematice, făcând evaluări comparative între experiența proprie și experiența altor instituții universitare, din țară sau din străinătate.

Soluția ipotetică a retroacțiunii managementului instituțional constă în formularea unor decizii constructive, pornind de la recunoașterea *necesității, urgenței și coerenței* unui demers relaționist metodic și sistematic la nivelul FACULTĂȚII.

O exigență majoră a reușitei acțiunii de PR rezidă în disponibilitatea integrării demersului propriu al FACULTĂȚII în sistemul acțiunilor similare aplicate la nivelul UNIVERSITĂȚII. Prin aceasta se urmărește o valorificare eficientă a stocului de experiențe și de resurse comune, în paralel cu derularea unei activități *independente, complementare* și cu *caracter permanent* orientată spre maximizarea propriului avantaj instituțional.

Obiectivarea deciziei manageriale de acțiune relaționistă poate lua aspectul unei decizii de realizare a unui *management centrat pe depășirea “situației problematice”* prin desemnarea unui “responsabil de proiect” (*project manager*), căruia i se solicită prezentarea unui *plan de acțiune relaționistă* în perioada imediat următoare, precum și a resurselor mobilizabile în acest scop. Astfel, responsabilul de proiect va supune atenției *Consiliului profesoral* două mape conținând:

- un *proiect de plan de acțiune relaționistă*,
- un *proiect de buget al acțiunii de PR*.

II.5. Determinarea resurselor-suport și variantele acțiunii de PR

Orice proiect de construire a imaginii publice presupune elaborarea *bugetului* alocat unei astfel de întreprinderi. În funcție de dimensiunea lui pot fi dimensionate și activitățile de PR. Reciproc, o dată elaborat planul acțiunii de PR, urmează ca aplicarea sa să se raporteze la nivelul resurselor disponibile sau mobilizabile pe parcurs. Dimensionarea *bugetului* are drept fundamente costurile determinate ale *proiectării*, *realizării* și *aplicării* instrumentelor și tehnicilor de PR, potrivit *scopului* urmărit de beneficiar (*client*).

În funcție de resursele existente - sau mobilizabile -, la nivel organizațional, *agentul de relații publice* avansează *variante posibile de acțiune*. Ele au la bază două principii ale alocării:

- ❖ *Principiul alocării “minimale”* pretinse de întreținerea și îmbunătățirea progresivă și constantă a imaginii FACULTĂȚII ;
- ❖ *Principiul prevenirii alocării superioare* pentru prezumtive situații de criză.

Varianta adoptată în cazul demersului realizat în beneficiul FACULTĂȚII are proprietatea de a fi adaptabilă “din mers” la quantumul financiar disponibil și resursa umană abundentă în cadrul Departamentului de Comunicare Socială a instituției de învățământ

Norma succesului garantat: Investiția în imagine!

Imaginea este un bun care are un preț al ei: costă scump pentru că și investițiile sunt mari. Nu atât în bani, cât în timpul afectat construirii și gestionării ei eficiente pe o piață a “încrederii” și cooperării între parteneri interesați să dezvolte un schimb de o factură cu totul specială: producere și diseminare a cunoașterii. În cadrul acestui schimb, imaginea este un “bun” ca orice alt “bun”, care se vinde cu atât mai bine de măsură ce s-a investit mai mult în ea.

Teme de lucru:

1. *Identificați “situația problematică” a unei biblioteci publice/univeritare pornind de la contextul social-economic și cultural specific momentului de inițializare a unui proiect de PR în beneficiul unui asemenea client în municipiul Iași.*
2. *Definiți categoriile de public după relevanța proiectului de acțiune relaționistă în beneficiul unui client bibliotecă publică/universitară din municipiul Iași.*

III. Elaborarea planului de acțiune strategică

A. Structurarea metodică a direcțiilor de acțiune relaționistă

Pentru obiectivarea planului de acțiune relaționistă sunt de luat în considerare două opțiuni importante:

a. Opțiunea strategică. Modelul acțiunii de *relații publice* în beneficiul FACULTĂȚII, pentru care s-a optat este DSS (*Două Sensuri, Simetric*). El caracterizează dubla orientare a dialogului dintre instituție și partenerii săi academici și/sau non-academici. Caracterul simetric al modelului acțiunii răspunde cerințelor unei structuri instituționale deschise, receptivă la exigențele mediului intern și extern, dar menținându-și maxima disponibilitate de a transmite mesaje către toți partenerii (*stakeholders*) și publicurile relevante (*target public*) în raport cu specificul său instituțional.

b. Opțiunea tactică. Pornind de la opțiunea metodică/strategică, tactica planului de acțiune PR se va raporta în permanență la două paliere de relevanță:

- a. *PR local;*
- b. *PR național și internațional*¹;

¹ Cu referire la acest al doilea palier, trebuie precizat că *principiul educației transfrontaliere* găsește în Facultatea de Filosofie un partener pregătit să participe la schimburi științifice, de idei și persoane, atât în mediul universitar național, cât și în cel internațional. Experiența academică centenară o recomandă din acest punct de vedere, legitimându-i și valoarea discursului actual. Poate fi apreciată cu temei drept *un punct tare* al FF și operaționalizat, în consecință în planul strategic de acțiune.

B. Definirea pașilor tactici ai proiectului de PR:

Modalitatea cea mai explicită de obiectivare a pașilor tactici constă din căutarea răspunsurilor “punctuale” la setul întrebărilor administrate sistematic mediilor relevante din realitatea în care se dezvoltă instituțional și organizațional FACULTĂȚII. Întrebările sunt extensii aplicate care decurg natural din valorificarea itemilor identificați prin cercetare, în etapa de pregătire a proiectului de PR:

Pasul 1

Primul pas al acțiunii de relații publice vizează abordarea “din-aproape-în-aproape” a itemilor care pot obiectiva *ipoteza de lucru*.

Item 1. Ce se poate spune acum despre FACULTATE?

- Pentru a afla acest lucru, un studiu evaluativ a imaginii instituționale (*corporate image*) constituie, deja, un suport solid pentru un edificiu relaționist cu șanse de succes. Temeiul empiric, contrafactual, prezintă avantajul diminuării riscului de a construi pe teren nesigur, respectiv de a considera drept relevante diverse prejudecăți, mitologii ori stereotipuri de gândire despre una dintre instituțiile universitare cunoscute ale țării.

În situația în care instituția academică relaționată dispune de o curriculumă universitară venerabilă, trebuie luată în calcul legenda în calitate de capital de imagine preexistent, capabil să favorizeze un demers mai puțin dificil de reconstrucție a imaginii instituționale.

- O cercetare sistematică, bazată pe o metodologie riguroasă în scopul unei caracterizări cât mai veridice a percepției publice cu privire la valoarea de piață a FACULTĂȚII la timpul prezent implică următoarele repere discursive:

- *calitatea cursurilor,*
- *calitatea vieții academice intra-organizaționale,*
- *calitatea sistemului de raporturi inter-academice*
- *calitatea științifică a resursei umane (studenți, cadre didactice, auxiliari, colaboratori),*
- *valoarea patrimoniului cultural acumulat în timp.*

În măsura în care percepția publică dominantă asupra acestor dimensiuni curriculare este favorabilă, asemenea atribute pot constitui, în egală măsură, avantaje, dar și tot atâtea dezavantaje.

- **Importanța exagerată** acordată aspectelor care tind să “glorifice” curricula academică a FACULTĂȚII, riscă să devină sursa unor “efecte perverse” nedorite: *imobilism, ritualism, parazitism sau hegemonism.*
- **Importanța redusă** acordată acestor aspecte echivalează cu irosirea unor resurse extrem de valoroase de creștere a *credibilității, respectabilității și atractivității* instituționale a FACULTĂȚII.
- **Importanța normală** ce trebuie să fie acordată unor asemenea atribute este aceea de *oportunități reale*, utilizabile într-un proiect de îmbunătățire a imaginii instituționale.

În situația în care cercetarea pune în evidență existența unei percepții publice cu multe zone defavorabile și evaluări critice la adresa cursurilor, a corpului didactic, a sistemului de relații intra și inter-instituționale ori a gradului de pregătire a studenților, strategia de acțiune relaționistă se va concentra:

- a. în direcția informării managementului instituțional asupra zonelor de vulnerabilitate curriculară, căroră urmează să li se găsească o rezolvare urgentă;
- b. în direcția ameliorării calității mesajelor despre situația reală a cursurilor, a evenimentelor de interes academic insuficient cunoscute

ori a conduitei profesorilor, studenților și personalului administrativ al FACULTĂȚII.

Trei comentarii:

- a. Prima obligație profesională a agentului relaționist este aceea de a reproduce *capitalul de încredere* al FACULTĂȚII prin cuplarea “istoriei” cu “viitorul” instituției, într-o viziune organică și dinamică, atentă la cele mai recente dezvoltări informatice și informaționale din spațiul cunoașterii academice universale.
- b. Un raport dezavantajos între *expectanță* și *realitate* contribuie nemijlocit la apariția unor stări de *dezamăgire* și *decepție* în percepția diverselor categorii de public, alimentând imaginea de *declin cultural* a unei instituții cu o “mare istorie”;
- c. Refacerea *încrederii* în instituția academică poate lua aspectul unui veritabil *reviriment academic* la nivel simbolic, dar foarte lesne de convertit în sursă majoră de creștere economică prin forța superioară de atracție exercitată asupra viitorilor studenți, convinși de avantajele unei diplome recunoscute pe piața muncii: *mai mulți studenți înseamnă buget mai mare, condiții mai bune de exercitare a rolului formator al profesorilor, facilități și oportunități superioare de formare pentru studenți* și, nu în ultimul rând, mai multe *publicații, manifestări științifice, mobilități academice* etc.

Item 2. Care este percepția publică a FACULTĂȚII în mediile externe de referință academică, precum și la nivelul imaginarului colectiv intern?

Mai întâi se construiesc “publicurile țintă” ale căror păreri despre FACULTATE pot fi evaluate prin cercetare empirică (sondaj de opinie, sesiuni focus grup, interviuri semistructurate, metoda biografică etc.).

1. Opinii ale mediului exogen local:

- ale populației locale;
- ale mass media locale;
- ale instituțiilor universitare locale;
- ale principalilor lideri de opinie locali (administrație locală, centre de cercetare, biblioteci, servicii publice etc.); .

2. Opinii ale mediului endogen universitar:

- studenți
- cadre didactice
- rectorat
- decanate
- administrație

Două comentarii:

- a. Evaluarea cât mai corectă și completă a percepțiilor *externe* și *interne* în legătură cu demersul academic și managerial din cadrul FACULTĂȚII este o condiție a reușitei demersului relaționist.
- b. O condiție *sine qua non* a reușitei acțiunii de PR este asigurarea transparenței acțiunii manageriale a FACULTĂȚII, în care metafora “Casei “de sticlă” trebuie interpretată în dublu sens: transparență pentru “cei dinafară” și pentru “cei dinăuntru”.

Item 3. Ce este necesar a fi cunoscut despre percepția publică “externă” și despre “autoreprezentarea Sinelui instituțional” al FACULTĂȚII?

O condiție a dobândirii informației relevante dinspre “exterior” și dinspre “interior” o constituie *construcția riguroasă a itemilor psiho-sociologici analizabili* și, implicit, *traducerea în indicatori empirici* a acestora:

- notorietatea FACULTĂȚII și a departamentelor specializate;
 - prestigiul/reputația academică a FACULTĂȚII și a departamentelor specializate;
 - credibilitatea performanței academice în cadrul FACULTĂȚII;
 - eficiența vectorilor de imagine (*playmates*) ai FACULTĂȚII;
 - nivel al preferinței asupra canalelor de informare;
 - nivel al conectivității interinstituționale;
 - nivel al satisfacției academice (studenți, profesori);
 - nivel al interactivității intrainstituționale;
 - nivel al expectanței postuniversitare (grad I și II).
-
- Expectanța de “grad I” privește așteptările nemijlocit legate de realitatea înconjurătoare, fiind specifică mediilor sociale restrânse (*grup primar*);
 - Expectanța de “grad 2” implică așteptări mediate, induse prin acțiunea unor formatori de opinie și a referenților formali sau informal, fiind specifică mediilor sociale relativ extinse (*grup secundar*).

Datele care rezultă din *prelucrarea statistică* și din *analiza de conținut* a discursului public asociat FACULTĂȚII configurează reperele orientative ale acțiunii de PR la diferite paliere de relevanță strategică.

Item 4. Care sunt “virtuțile” și “slăbiciunile” de imagine ale FACULTĂȚII?

Caracterizarea orizontului de așteptare privitor la rolul, funcțiile sociale și simbolice ori importanța culturală a unei instituții universitare, implică cel mai adesea recursul la o *analiză SWOT*².

Identificarea “punctelor tari” și a “punctelor slabe” ale imaginii publice a FACULTĂȚII reprezintă o procedură metodologică eficientă de discriminare a *zonelor de impact* înspre care urmează a fi îndreptate acțiunile de PR strategic.

Pasul 2.

Al doilea pas tactic vizează procedurile de acțiune relaționistă.

B.1. Alegerea mijloacelor de acțiune PR

În funcție de rezultatele expertizei-diagnostic a situației se optează asupra *instrumentelor de lucru* și a *arsenalului de “concepte cheie”*, respectiv cele considerate adecvate strategiei de PR. Ele se diferențiază după *direcția* orientării acestui discurs:

- spre exterior;
- spre interior.

O abordare sistematică a demersului relaționist presupune orientarea judicioasă a resurselor umane, materiale și simbolice mobilizabile în scopul atingerii obiectivelor predefinite ale proiectului, în mod diferențat spre *exterior* și spre *interior*.

² În aceasta privință, proiectul urmează a se concentra asupra managementului factorilor de criză (vezi Gh.Teodorescu – *Campania de PR și managementul factorilor de criză*, în „Campaniile de relații publice”, curs publicat la Ed. Universității „Al.I.Cuza”, col. „Învățământ la distanță”, Iași, 2003. Analiza factorială pune în evidență a punctelor tari/slabe, a oportunităților și amenințărilor la adresa organizației.

Condiția reușitei demersului relaționist rămâne, totuși, aceea de a integra unitar *mijloacele* și *scopurile* proiectului, obiectivând astfel două principii de bază ale raționalității acțiunii de PR:

- *principiul subsidiarității*
- *principiul responsabilității*

Cel dintâi principiu răspunde exigenței unificării efortului și conjugării scopurilor proiectului de PR, în timp ce al doilea principiu satisface cerința asumării succesului/insuccesului activităților întreprinse de responsabili echipei într-un demers colectiv coerent.

Temă de seminar:

1. *Analizați percepția publică și dinamica raportului expectanță/realitate în cazul unei instituții culturale a municipiului Iași: Galerie de artă, Palatul Culturii etc.*

IV. ORIENTAREA EXTERNĂ A PROIECTULUI DE PR

Instrumente specifice acțiunii de PR orientate spre exterior

Ca instrumente utilizabile în practica acțiunii de PR orientate spre “înafară” și, raportat la *specificul* instituției relaționate, sunt recomandabil de folosit:

- *comunicatele de presă;*
- *colocviile tematice;*
- *distribuirea de publicații academice;*
- *talk-show-uri la radio și tv;*
- *interviurile de presă;*
- *afișarea programului principalelor manifestări academice ale anului;*
- *transmiterea prezentării instituționale (leaflet) a Facultății de Filozofie către principalii parteneri științifici și manageriali;*
- *corespondența PR;²*
- *realizarea paginei de Internet (WebSite)*

O analiză succintă a fiecăruia dintre aceste instrumente de PR contribuie la o definire corectă a utilității, importanței și aplicabilității lor practice, din perspectiva particularităților instituționale ale FACULTĂȚII, a circumstanțelor și oportunităților de maximizare a randamentului acțiunii relaționiste.

² Cu referire la utilizarea acestui instrument de PR vezi și Cap.V.

Foarte important de reținut este procedeul pretestării validității funcționale în economia de ansamblu a proiectului a fiecăruia dintre instrumentele de PR menționate. Ca exercițiu metodic, studiul de caz prezentat recomandă construcția “virtuală” a fiecăruia dintre ele, urmată de supunerea exigenței critice și administrării corecțiilor formale, stilistice și retorice, a acestora.

IV.1. Comunicatul de presă

- Fără a deveni o practică foarte frecventă, *comunicatul de presă* este un instrument eficient de promovare a imaginii universitare. El se dovedește cu atât mai util și eficient în măsura în care evită echivocul ce poate apărea între *ceea ce intenționează să comunice în exterior instituția* și *modul în care este preluată și difuzată această informație de către mediatori (jurnaliști, lideri de opinie)*.
- Sensul comunicatului de presă este de a formula în termeni clari, preciși și concisi *ideile forță* despre ceea ce caracterizează cu adevărat activitatea FACULTĂȚII. Orice *răstălmăcire* dată acestui comunicat intră sub incidența codului deontologic al jurnalisticii și, chiar dacă nu are consecințe juridice imediate, ea constituie evidența intenției de rea credință a instituției media care procedează astfel.
- Exigențele minimale ale comunicatului de presă vizează în principal:
 - *alegerea momentului de prezentare*
 - *alegerea locului de prezentare*
 - *alegerea canalelor media*
 - *alegerea formei discursive convenabile*
 - *alegerea persoanei potrivite care să îl prezinte*³

³ Numai în cazul în care *comunicatul de presă* este transmis sub forma unei *conferințe de presă*, unde normele de organizare sunt bine definite și sunt adaptate la contextul prezentării (deschis, amabil, ostil, susceptibil etc.), la natura informațiilor transmise (viață internă, manifestări științifice, litigii de muncă

- *Forma și tonul* discursului unui comunicat de presă respectă exigențe de ordin retoric, în funcție de modalitatea prezentării pentru care s-a optat:

- *orală*
- *scrisă*

- În orice variantă ar fi prezentat, comunicatul de presă transmite întotdeauna *informația oficială*, poziția legală a instituției față de anumite probleme, situații, acțiuni, intrând prin aceasta în categoria *evenimentelor create*.
- Fiecare din variantele pentru care se optează (orală, scrisă) prezintă *avantaje și dezavantaje*, lăsând la aprecierea agentului de PR care dintre ele servește cel mai bine obiectivele urmărite.
- Aprecierea asupra variantelor de utilizat este dictată de calitatea resurselor umane disponibile, de complexitatea “situației problematice”, de circumstanțele concrete ale prezentării și valoarea canalelor de

- Varianta orală a comunicatului este, de regulă, mai atractivă, dar și mai pretențioasă, iar în cazul nerespectării unor norme absolut obligatorii poate conduce la “efecte perverse” de comunicare. Pentru o instituție academică, la fel ca și în cazul altor instituții care au relații extinse cu sfera publică, tentația *demonstrativității, vedetismului și exhibiționismului mediatic* este de multe ori irepresibilă.
- Retorica relaționistă a discursului oral are în vedere:
- *tipul de audiență anticipată*,

etc.) și la anvergura mediatică a invitațiilor (locală, regională, națională), alegerea persoanei care să realizeze această activitate constituie o preocupare în sine.

- *specificul datelor comunicate,*
 - *nivelul expectanței publice estimate (cantitativ –calitativ: grad de interesare, participare, selectivitate etc.),*
 - *finalitățile discursive urmărite (cognitive, persuasive, socializante),*
- Structura discursului scris urmează anumite repere de redactare:
- *începutul comunicatului să prezinte clar elementele de identificare ale autorului comunicatului (siglă, antet, adresă, autoritatea emitentă);*
 - *lead-ul⁴ discursului să fie inclus în primul paragraf;*
 - *informația principală enunțată în debutul comunicatului să fie reluată în text împreună cu argumentele și motivația necesare;*
 - *ordinea prezentării ideilor este aceea a “piramidei răsturnate” (enunț urmat de argumente, demonstrații, explicații etc);*
 - *termenii redactării implică utilizarea frazelor scurte, la diateza activă, fără elemente argotice și, în măsura posibilului, concentrarea pe o singură pagină.*
- Recursul la instituția purtătorului de cuvânt poate fi o soluție eficientă de comunicare, dar prezintă riscul unui raport disproporționat între *conținut* și *formă*, în cazul unei instituții academice lipsită de un statut universitar autonom. Tentația excesului de zel dăunează adeseori mai grav decât restrângerea la mijloacele de expriare publică de care dispune în mod natural o asemenea instituție. De altfel, instituția *purtător de cuvânt* reprezintă o profesie care implică dificultăți deosebite, iar cele mai multe instituții nu și-o pot permite. Ideea că o facultate care dispune de un departament de Comunicare și relații publice își poate îngădui un asemenea lux, poate fi totuși un argument

⁴ Prin *lead* se înțelege, în cazul de față, o formă concisă de prezentare a celor mai importante informații ce se vor transmise prin intermediul comunicatului. Construcția retorică a *lead*-ului trebuie să țină cont de imperativele discursive ale modelului lui H.Lassewell: *cine? ce? când? unde? cum?* Acestor întrebări li se adaugă altele, implicite în text, care răspund motivației (*pentru ce?*), destinației (*cui?*) și finalității (*cu ce efect?*).

credibil în favoarea utilizării acestui canal de comunicare din zona excelenței instituționale.

- Un aspect, poate și mai important în operaționalizarea efectivă a *purtătorului de cuvânt*, îl reprezintă desemnarea “personalității cheie” în realizarea unui asemenea demers public. Din acest punct de vedere, există puține personalități care dispun de o capacitate retorică remarcabilă în spațiul public sau care acceptă cu ușurință să-și cenzureze discursul după normele exprimării relaționiste. Ignorarea unor reguli discursive minimale riscă să conducă un comunicat destinat presei spre o retorică prea lungă, greu accesibilă unor categorii largi de destinatari ai mesajului, pretențioasă stilistic și nu de puține ori confuză.

Ideea că o personalitate academică recunoscută pentru prestigiul său științific ar fi indicată pentru o astfel de prezentare, nu garantează întotdeauna și succesul transmiterii unui comunicat destinat presei și, implicit, publicului larg!

Exigențe imagologice și discursive ale comunicării publice orale

a. Impedimente discursive “naturale”:

- *aspectul fizic,*
- *tonusul exprimării,*
- *ținuta generală* (vestimentație, coafură, dantură etc.),
- *accentele și ticurile* particularizante.

Cea mai sigură modalitate de a evita eșecul este aceea a lecturii unui text, urmată de acordarea unui timp de max.30 de minute pentru întrebări de clarificare, la care poate răspunde fie cel care a citit comunicatul, fie altcineva din “echipa” ce îl însoțește la această acțiune.

b. Pre-condiții retorice ale comunicării publice orale

Cele mai frecvente exigențe retorice privitoare la construcția unui comunicat destinat prezentării orale în spațiul public vizează următoarele aspecte:

- *de fiecare dată trebuie cunoscută dinainte calitatea audienței (cui ne adresăm?), precum și virtuțile ori slăbiciunile discursului ce urmează a fi prezentat;*
- *să fie în prealabil atent verificat echipamentul de sonorizare, rezistența scaunelor și aspectul sălii în care va avea loc transmiterea comunicatului de presă;*
- *dacă problemele sau ideile ce urmează a fi comunicate nu sunt bine însușite și cunoscute, aceasta provoacă emoția vorbitorului, fiind defavorabil receptată de auditoriu;*
- *să se evite afișarea unei ținute prea sigure de sine încă de la început, iar modestia să ia aspectul sincerității și onestității intențiilor declarative;*
- *să fie evitați termenii inadecvați ideilor ce trebuie comunicate și greșelile gramaticale ori de pronunțare care pot da naștere unor interpretări nedorite (exces de arhaisme, neologisme, barbarisme, cacofonii, parafonii sau salocisme⁵);*
- *întotdeauna “trebuie spus ce este de spus”, “să fie repetat ce s-a mai spus” și “să fie spus din nou ceea ce merită cu adevărat a fi spus”;*

⁵ “Parafonia” constă într-o asociere nepotrivită de cuvinte a căror pronunțare dă naștere unei receptări sonore pline de hilar. Cel mai frecvent, acest lucru rezultă din alăturarea locuțiunii prepoziționale “pentru că” și a pronumelui relativ. “Salocismele” sunt exprimări orale sau scrise care denotă necunoașterea gramaticii limbii române: virgulă între subiect și predicat, utilizarea inadecvată a pronumelui relativ, inversarea ordinii în frază a subiectului, predicatului și complementului etc.

- *să fie indus sentimentul că dacă problemele sunt complexe, în schimb, soluțiile prezentate sunt simple, necostisitoare și imediat aplicabile;*
- *simplitatea exprimării denotă stăpânirea problemelor enunțate, fără a aluneca într-o vorbire trivială, plină de banalități și poncife verbale;*
- *atitudinea deschisă în comunicare nu exclude fermitatea în apărarea punctului propriu de vedere, într-o manieră elegantă și fără exces demonstrativ care să fie speculat de un auditoriu uneori mai puțin bine intenționat;*
- *în cazul unor ironii ale auditoriului trebuie să li se răspundă prompt, dar calm și cu tact, intervenind cu o glumă nerăutăcioasă (referitoare la infirmități ori slăbiciuni ale celui care a făcut ironia), mizând strict pe o replică inteligentă;*
- *claritatea raționamentelor și a argumentelor folosite trebuie expuse într-o cadență ce poate fi urmărită cu ușurință de auditoriu, iar armonia, fluența și intonația în exprimare ajută considerabil receptarea ideilor;*
- *aluziile subtile trebuie folosite cu nonșalanță, dând impresia unei paranteze ne semnificative care, în realitate, subliniază o idee foarte importantă;*
- *când este necesar să se sublinieze o idee importantă, se poate reveni premeditat la aceasta, dând impresia că se dorește doar îndreptarea unei exprimări nefericite a acesteia;*
- *orice gest care subliniază, nuanțează ori completează o idee, un argument sau o judecată exprimată, trebuie bine premeditat;*

- să fie utilizate figuri retorice de efect: întrebări retorice, citate elocvente, asocieri neașteptate de idei care să atragă atenția asupra discursului etc.

Comunicarea publică prin conferințe de presă

Pentru FACULTATE, o asemenea practică este recomandabilă numai în cazul unor evenimente deosebite⁶, altminteri riscând să gliseze spre zona de ridicol și demonstrativ.

- *Comunicatul de presă* poate și trebuie să devină punctul central de interes al unei *conferințe de presă* sau doar al unei prezentări scurte, concise (*briefing mediatic*) și eficiente a unui eveniment științific cu totul remarcabil ce urmează a avea loc în facultate.
- *Alegerea locului, momentului, decorului* complică destul de mult lucrurile. Este suficient de menționat faptul că *nu oriunde și nu oricând* invitarea auditoriului (jurnaliști, reprezentanți ai instituțiilor interesate, responsabili organizaționali etc) este o treabă ușoară. Programul încărcat al acestora nu le permite luxul de a participa la o acțiune care consumă timp și nu intră – din punctul lor de vedere -, în categoria evenimentelor de maxim interes.
- *Aspectul sălii* rezervate comunicării publice orale nu trebuie să exceleze nici printr-un “decorativism” *ad-hoc*, nici printr-o austeritate foarte apropiată de sărăciesau, și mai grav, lipsă de spirit gospodăresc elementar. Amenajarea spațiului este cu atât mai delicată în măsura în care nu se poate susține foarte ferm că spiritul academic ar avea un specific al său. Clasică bibliotecă de fundal sau spațiul amfiteatrului tradițional pot alimenta stări de blocaj în comunicare, hieratism și

⁶ Un caz care poate fi trecut la capitolul evenimente cu caracter excepțional poate fi acela în care o manifestare de anvergură națională și internațională cu puternică încărcătură simbolică, se impune atenției unui public mai larg celui îndeobște interesat de activitatea FACULTĂȚII. În acest sens, conferința de presă organizată de Facultatea de Filozofie în 7-9 mai 1997 la Sala Senat din cadrul UAIC, având drept scop prezentarea evenimentelor prilejuite de *Centenarul sociologiei românești*, poate fi un exemplu edificator.

conservatorism excesiv. Cadrul unui laborator informatic, a unei săli cu puternică încărcătură simbolică ori chiar *hall*-ul instituției pot fi variantele “de rezervă”, uneori mai eficiente din perspectiva mesajului informal transmis publicului țintă.

➤ Când comunicatul ia forma unei *conferințe de presă*, aceasta nu presupune doar o prezentare a unui simplu discurs oral, ci o întreagă regie de organizare din care nu lipsesc:

- *cocktailul de presă* (le vin d’honneur);
- *vizita de presă* (în amfiteatre, cămine, laboratoare, cabinete);
- *mapa de presă* (press kit);⁷
- *buletinul informativ* (newsletter);
- *interviul stand-up* (realizat spontan de personalitatea cea mai prestigioasă, simultan cu mai mulți jurnaliști invitați)

➤ Structura discursivă a *comunicatului oral de presă* este relativ complicată și suficient de elaborată stilistic (prin comparație cu pragmatismul retoric al variantei scrise). Din acest punct de vedere, normele discursive “clasice” devin o exigență imperativă pentru comunicator:

- atragerea simpatiei (*captatio benevolentiae*);
- expunerea problemei (*naratio facti*);
- prezentarea consecințelor dorite ori nedorite ale situației descrise în comunicat (*expositio*);
- motivarea acțiunii (*argumentum*);
- asumarea responsabilității (*demonstratio*);
- reiterarea sintetică a ideilor inițial anunțate (*conclusio*).

➤ *Durata unui comunicat de presă* trebuie să fie *rezonabilă* (compatibilă cu timpul disponibil al receptării, cu importanța ideilor

⁷ Aceasta conține: textul oficial al comunicatului, lista personalităților participante la eveniment, *leaflet*-ul instituției (prezentarea instituției), obiecte promoționale (pixuri, pliante), programul eventualelor manifestări anunțate în comunicat, mențiuni despre sponsor, ecusonul de identificare etc. Toate acestea într-o prezentare grafică de excepție, cu sigla și însemnele instituției atât pe copertă, cât și pe fiecare document inclus în mapă.

comunicate și cu împrejurările prezentării). Principial, el trebuie prezentat cu șarm și naturalețe, într-o rostire clară, nuanțată și “pigmentată” cu figuri retorice inspirate și necăutate, dar mai ales cu preocuparea manifestă de a prețui timpul și efortul invitaților de a participa la prezentarea comunicatului.

Dacă finalitățile dominante ale comunicatului sunt de natură persuasivă, concizia și claritatea prezentării reprezintă premise determinante ale unui impact maximal asupra audienței, superior chiar variantei scrise.

IV.2. Colocviu tematic

Colocviul tematic reprezintă “formula” cea mai apropiată și specifică de realizare a acțiunii de PR în cazul instituțiilor de învățământ superior. Ea se înscrie în curriculum-ul academic firesc, fiind deosebit de apreciată, deopotrivă, în mediul extern și intern al organizației universitare, întrucât crează senzația unui dialog al ideilor cu un acces mai larg decât cel obișnuit în amfiteatre⁸.

- Opțiunea pentru o *temă interesantă* poate constitui o condiție a eficienței unei asemenea acțiuni cu finalități relaționiste, cu atât mai mult în cazul unui public nespecializat, dar interesat să participe la astfel de dezbateri.
- *Minimalizarea costurilor și maximizarea efectelor* reprezintă avantajul imediat al acestei practici relaționiste. Consecințele pot fi profunde și de lungă durată, întrucât participanții devin instantaneu *purtători de imagine* ai evenimentului la care au fost invitați, stimulând interesul comunității față de activitățile FACULTĂȚII..

Pentru o facultate care poartă ca un stigmat percepția de instituție ușor esoterică, destinată doar celor inițiați, detașată de ritmurile trepidante ale contemporaneității, dezvoltând un discurs atemporal și ușor rigid, imaginea disponibilității dialogice pe teme de maximă actualitate modifică radical proiecția inerțială a comunității față de FACULTATE.

- *Reunirea într-o publicație a textelor și ideilor dezbătute* poate fi o decizie foarte bună, întrucât se adresează în egală măsură mediului intern și extern al instituției, multiplicând, astfel, efectele urmărite.

IV.3. Publicația academică

Un asemenea demers relaționist are o dublă finalitate:

- una *academică*, vizând interese curriculare universitare cât se poate de concrete;
 - una *relaționistă*, în calitate de vector informațional consacrat în mediile academice și universitare.
- Publicația academică are avantajul că în afara conținutului său științific propriu-zis, poate include și secțiuni de prezentare a vieții universitare de ansamblu din facultate:
- *date despre reuniuni naționale și internaționale la care au luat parte profesori și studenți ai facultății;*
 - *burse și mobilități științifice;*
 - *sesiuni doctorale;*
 - *programul unor activități academice viitoare;*
 - *personalități care urmează să viziteze facultatea;*
 - *noutăți privitoare la dotarea materială și documentară a facultății;*
 - *apariția de noi cursuri;*
 - *interviul de referință al publicației;*
 - *modificări intervenite în statusul didactic al unor profesori (honoris causa, pensionări, visiting academic).*

- Un rol deosebit de important îl au *formatul, colegiul redacțional, semnatarii articolelor, tematica, actualitatea, interesul cultural, ținuta grafică și accesibilitatea* (lizibilitate, distribuire, preț).

IV.4. *Talk-show-ul în media audio-vizuale*

O formă *en vogue* de promovare a imaginii instituționale, în general și, a celei academice, în special, este *dezbaterea în direct* la care sunt invitate să participe personalități universitare cu *prestigiu academic* recunoscut. Caracterul democratic al liberei exprimări nu poate interzice nimănui să participe la asemenea acțiuni, dar consecințele de “*image*” nu-i privesc doar pe protagoniștii “spontani”, ci și instituția înscrisă pe cartea lor de vizită.

- În situația în care prestația publică a unui reprezentant al FACULTĂȚII în cadrul unui talk-show în loc să contribuie la o îmbunătățire a imaginii instituționale se soldează doar cu un simplu exercițiu de retorică individuală, modalitatea reparatorie imediată constă într-o revenire la discursul oficial, profesionist și controlat al agentului de PR.
- O formă de preîntâmpinare a situațiilor de non-comunicare ori de comunicare imperfectă datorate caracterului accidental, nereprezentativ al unor exerciții individuale de *image* constă și dintr-o foarte bună utilizare a *coresponenței de PR* prin intermediul căreia este exprimată disponibilitatea FACULTĂȚII. de a susține succesul unui talk-show pe teme academice, făcând sugestii asupra personalităților ce pot fi invitate și care se bucură de încrederea comunității universitare.
- Există riscul ca o asemenea procedură fie să poată fi interpretată într-un sens nedemocratic, fie să sugereze ideea că FACULTATEA are ceva de ascuns sau că nu dispune de specialiști foarte bine pregătiți pentru astfel de acțiuni. Același lucru este valabil și în

cazul unui alt instrument de PR, apropiat ca finalitate *talk-show*-ului, respectiv *interviul de presă*.

IV.5. Calendarul manifestărilor academice

Privită cu destulă rezervă, o asemenea acțiune de PR are, totuși, un impact nu lipsit de importanță. În multe privințe activitatea universitară constituie mai mult un demers individualist, iar comunicarea dintre membrii colectivului didactic, dintre profesori și studenți, sau dintre FACULTATE și “lumea dinafară” este cât se poate de anevoioasă.

- Calendarul manifestărilor academice se pretează, în egală măsură, activităților de *PR intern* și de *PR extern*, precizând că în pofida ariei sale limitate de acțiune el are o funcție “imagologică” indiscutabilă.
- În măsura în care dă senzația unui management academic sistematic, proiectiv și complex, un asemenea instrument își justifică utilitatea într-un demers relaționist de relevanță academică.
- Corelativ acestor exigențe, mai trebuie adăugat faptul că locul de prezentare urmează a avea *vizibilitate*, *onorabilitate* și *accesibilitate*, iar ținuta grafică a textului să fie sobră, fără a fi, totuși, obositoare și distantă. Nu este recomandată nici o *concizie excesivă* a datelor de anunțare a manifestărilor, așa cum nerecomandabile sunt absența referenților, a calității lor științifice și chiar a unei fotografii care să ilustreze sugestiv caracterul și semnificația evenimentelor semnalate pe această cale.

O problemă relativ « delicată » sub aspect estetic o reprezintă *exigența cromatică* a afișării în spațiul academic.

➤ Tentația spre un anumit gen de spectaculozitate a afișării conduce adeseori la *policromie* așa cum, uneori, dorința de a impune o ținută gravă mesajului poate conduce la *monocromie*. Ambele situații sunt, însă nerecomandabile din rațiuni diferite, totuși :

- a. *Policromia* poate induce superficialitate și festivism gratuit ;
- b. *Monocromia* tinde să arunce în tern și conformitate oficioasă o informație, altminteri, foarte atractivă și interesantă.

Cel mai bine primit este *bicromatismul*: o culoare are *funcție informațională*, cealaltă îndeplinind *funcția de întărire (accentuare)* a conținutului unui afiș academic.

IV.6. Pliantul de prezentare a instituției (*leaflet*)

Această modalitate de prezentare a instituției are o valoare practică deosebită, fiind eficientă în numeroase situații care indică o necunoaștere ori o cunoaștere prea sumară a activității universitare din cadrul FACULTĂȚII.. Confecționarea sa nu implică mijloace tehnice deosebite, întrucât ea nu este propriu-zis un pliant publicitar, ci o expunere onestă și lipsită de decorațiuni inutile.

- Odată concepută și redactată pe calculator, prezentarea instituțională a FACULTĂȚII. poate fi multiplicată în orice ocazie, chiar neașteptată fiind.
- Faptul că este vorba de prezentarea unui mediu academic, face recomandabilă formula bilingvă, în variante distincte.
- Acest instrument comod și eficient poate însoți un dosar de presă, o mapă de simpozion, un documentar adresat altor instituții etc.

- În linii generale un *leaflet* conține informații care se referă la:
 - *descrierea sumară a localității;*
 - *istoricul instituției;*
 - *personalitățile academice de referință;*
 - *organigrama didactică;*
 - *informații asupra departamentelor și specializărilor universitare;*
 - *principalii parteneri academici;*
 - *baza materială existentă;*
 - *cifra de școlarizare;*
 - *proiecte de viitor.*

- Indiferent cât de simplă pare la prima vedere, realizarea unui *leaflet instituțional* nu poate fi încredințată oricui, întrucât presupune un *inventar selectiv* al datelor relevante despre instituția universitară. Inclusiv ordinea în care sunt prezentate aceste date are propria ei importanță, existând posibilitatea de a deranja uneori anumite persoane sau structuri instituționalizate.

IV.6. Pagina de Internet

Privită până de curând ca o formă avangardistă și relativ exotică de comunicare a imaginii instituționale, pagina de Internet (*Internet site*) a devenit o “poartă” esențială pe care circulă oricine manifestă interes pentru o anumită instituție sau un domeniu de activitate. Pentru mediul academic ea constituie o formă deosebit de eficientă de promovare a imaginii, atât timp cât facilitățile create accesului la acest gen de informații s-au multiplicat foarte rapid în ultimii ani.

- Construcția paginii de Internet implică anumite costuri de inventivitate (*designul*), de construcție și de conectare la magistralele informării academice, dar care odată depășite reprezintă un instrument extreme de fiabil și de eficient de

promovare instituțională, capabil să suplinească un arsenal mult mai bogat și pretențios de comunicare.

- Condiția atingerii scopurilor promoționale a unei pagini de net, este dată de capacitatea administrării ei constante și pline de inventivitate. Din momentul intrării acesteia în circuitul informațional prin sisteme de multiplicare a conexiunilor la date de interes (*linkuri*), toată activitatea de gestiune a Site-ului constă în actualizări periodice (*update*) și completări sistematice a conținutului informațional (*upgrade*).
- Site-ul academic a devenit adresa cea mai accesibilă de pretutindeni, oriunde cyber-rețelele au pătruns și sunt consultate cu frecvență ridicată. Grație sistemului de acces prin pagini de hypertext structurate arborescent sau piramidal, acesta facilitează o navigare lejeră printre arhivele de date.
- O calitate particulară a unui Site rezidă în faptul că din prima pagină - așa numita “pagină gazdă” (*home page*) -, are în menu o trimitere la istoricul instituției (*history*) și oferă informații privitoare la *leadership*-ul organizațional (*who we are*) ori la evenimentele cele mai recente (*current events*). Totodată, din pagina principală (*main page*) pot fi realizate conexiuni spre alte pagini ce conțin informații suplimentare, cu conținut specific ori cu fișiere documentare mai ample (*archive*). Singura cerință de utilizare eficientă este de respectare a regulilor de accesare menționate în “pagina gazdă”, respectiv nerespectarea lor antrenând blocarea Site-ului.
- Adăugarea de informații se face, spre exemplu, cu mențiunea “News”, iar pentru anumite informații se poate atașa mențiunea “online”, care sugerează disponibilitatea interactivă a site-ului.
- În măsura în care este dotat cu o memorie puternică (*server de news*), un Site informațional poate stoca timp îndelungat date de

o anume importanță cu indicația *archievs*, furnizând la cerere noutăți informaționale care-i măresc atractivitatea și, implicit traficul de utilizatori (*users*).

- În cazul FACULTĂȚII pagina de Internet reprezintă soluția ideală de a-și face cunoscută activitatea la nivelul inspectoratelor școlare județene, a Academiei Române, a celorlalte universități din țară și din străinătate, a mass media locale și naționale, a bibliotecilor și centrelor de cercetare, a editurilor și redacțiilor unor publicații de specialitate, a unor fundații, ONG-uri și asociații profesionale în calitate de potențiali sau efectivi parteneri de cercetare (*stakeholders*).

Teme de seminar:

1. *Concepeți un comunicat de presă pornind de la o ipoteză de lucru și o situație problematică ipotetică la Facultatea de Filosofie a UAIC-Iași.*
2. *Folosind un program de grafică pe computer, concepeți un afiș care prezintă ciclul manifestărilor științifice pe anul universitar în curs în cadrul Facultății de Filosofie a UAIC-Iași*
3. *Construiți macheta grafică și textul aferent unui pliant de prezentare a Departamentului de Comunicare Socială și Relații Publice din Facultatea de Filosofie a UAIC-Iași.*
4. *Redactați o scrisoare deschisă sub forma unei corespondențe de PR către partenerii (stakeholders) Facultății de Filozofie a UAIC-Iași, având drept scop prezentarea proiectelor de reformă academică ce vor fi inițiate la nivelul instituției în perioada următoare.*
5. *Proiectați macheta unui Site pentru Departamentul de Comunicare Socială și PR din cadrul Facultății de Filozofie a UAIC-Iași.*

V. ORIENTAREA INTERNĂ A PROIECTULUI DE PR

V.1. Argumente în favoarea demersului intraorganizațional

Co-prezența actorilor în cadrul instituției academice nu este o condiție suficientă a unei interactivități satisfăcătoare sub aspect intelectual și socio-psihologic. Nu puțini sunt cei care acuză absența dialogului real între membrii comunității universitare, mergându-se adesea până la sugerarea unui climat de autism inter-departamental și inter-academic.

Potrivit unor cercetări de dată relativ recentă, mediul universitar prezintă caracteristicile unui “câmp de putere”, în cadrul căruia termenii competiției dintre personalități și grupuri sunt dintre cei mai exigenți.¹ Particularitățile predominant individualiste ale studiului în bibliotecă, în fața calculatorului ori căutării prin arhive, conferă culturii organizaționale universitare caracteristicile unui autism convivial. Astfel, la nivelul FACULTĂȚII nu de puține ori se observă o deplasare a *interacțiunilor fizice spre zona interacțiunilor mediate informatic*.

O dimensiune, la fel de evocată privește climatul organizațional academic, caracterizat drept o formă particulară de *doctă ignorare*² între diferitele segmente ale colectivului didactic și populația de studenți. În acest sens, între membrii comunității didactice, pe de o parte și, cei ai comunității de studenți, pe de altă parte, se remarcă adeseori existența unor relații de “*cunoaștere la distanță*”, dar și de “*ignorare apropiată*”. Părțile se recunosc, ignorându-se reciproc, în mod simultan. Se știe destul de puțin despre activitatea colegului, a altui departament sau a vieții studențești dinafara amfiteatrului.

¹ A.Neculau – *Construirea campului de putere*, în „Revista de Cercetări Sociale”, 1/1994, pp.62-70.

² Sintagmă inspirată de lucrarea filosofului medieval Nicolaus Cusanus, *Deducta ignorantia*.

De cele mai multe ori *autarhismul intelectual* se dezvoltă în numele respectului față de “celălalt”, iar efectele se observă în discontinuitatea *culturii organizaționale* și a riscului de ineficiență a “imaginii” FACULTĂȚII, atât spre exterior, dar mai ales spre interior.

Din considerentele enunțate, un demers relaționist intra-organizațional se impune cel puțin la fel de stringent ca cel orientat spre exteriorul instituției academice. Sub acest aspect, proiectul de acțiune relaționistă îndreptat spre îmbunătățirea climatului intern al instituției universitare se bazează pe următoarele instrumente și tehnici:

- **Corespondența PR;**
- **Buletinul informativ al instituției;**
- **Intranet**
- **Colocviul academic**
- **Consiliul profesorilor**

V.2. Corespondența de PR

Simpla afișare a manifestărilor, deciziilor, noutăților care privesc viața internă a FACULTĂȚII nu suplinesc cerința spiritului corporatist, în sensul solidarității profesionale.

Deși pare un instrument eminamente destinat comunicării cu exteriorul, în realitate, corespondența intra-instituțională are un rol cât se poate de binevenit în crearea climatului de încredere dintre membrii comunității didactice, dar și dintre conducerea FACULTĂȚII și comunitatea studenților.

Personalizarea adresării contribuie, în cazul corespondenței relaționiste, la o apropiere afectivă și la o comprehensiune superioară a exigențelor și dificultăților activității didactice ori manageriale a instituției de învățământ superior.

Cerințe și finalități ale corespondenței de PR

- *Exprimarea regretului conducerii facultății că un student a pierdut sau nu are drept la bursă, este mai bine receptată ca mesaj, decât un anunț generic și adesea umilitor la afișier.*
- *Transmiterea felicitărilor unui membru al colectivului didactic pentru o reușită profesională sau cu ocazia aniversării, leagă sufletește mult comunitatea didactică de leadership-ul său universitar.*
- *O condiție imperativă a corespondenței de PR constă în utilizarea unei formule de adresare care să nu fie niciodată impersonală, iar semnătura olografă nu poate fi înlocuită sub nici un motiv de “cartea de vizită” ori de înregistrări standard de apostilare a documentelor oficiale.*
- *Relativ dificilă prin cerințele creative și de personalizare pe care le pretinde, corespondența internă de PR poate fi rezolvată printr-o standardizare parțială, în sensul întocmirii unei liste a cadrelor didactice cu datele de naștere, a unor variante de text pe calculatorul de la secretariatul facultății care să poată fi adaptate diferitelor împrejurări celebrative și comemorative (aniversări, onomastici, căsătorii, nașterea unui copil, decese etc.), la care poate fi adăugată versiunea scanată a semnăturii a decanului (cu acces condiționat și protejat electronic).*
- *Calitatea hârtiei, ținuta grafică și stilul adresării sunt repere la fel de importante de fixare a atenției și interesului cu care este privită activitatea destinatarului de către șeful de catedră sau de către decanul facultății.*
- *Destinatarul corespondenței se simte, la rândul său, superior motivat să se implice în reușitele academice ale facultății,*

răspunzând cu promptitudine unor solicitări care de multe ori displac.

V.3. Buletinul informativ al instituției

Într-o instituție universitară există publicații de specialitate care conțin secțiuni separate destinate furnizării - la anumite intervale de timp - și a unor informații despre activitatea sa internă. Acest gen de media nu intră, totuși, în categoria așa numitelor “jurnale de întreprindere” (house organ) caracteristice activității de PR intern. Pentru a fi un asemenea instrument, o publicație destinată în primul rând uzului intern trebuie să întrunească anumite cerințe de ordin formativ și de conținut.

- *Denumită de multe ori și Buletin informativ, o asemenea publicație excelează prin pragmatism și funcționalitate. Aceasta presupune o definire clară a obiectivelor de PR urmărite, respectiv căror publicuri dorește să se adreseze, ce tip de mesaj este avut în vedere și, nu în ultimul rând, cât de funcțional este canalul de promovare a mesajului (prin raportarea ariei de distribuție și a categoriilor de receptori vizate, la efectele de imagine obținute).*
- *Mijloacele tehnice de realizare a mesajului nu sunt cu necesitate foarte costisitoare, dar pot câștiga în respectabilitate și interes dacă beneficiază de condiții grafice deosebite, de claritatea și estetica stilului de redactare, de ținuta intelectuală și respectabilitatea celor care se ocupă de apariția buletinului informativ al FACULTĂȚII.*
- *Dificultatea cea mai mare rezidă în faptul că BI este o publicație gratuită, având abonați fără abonamente. Beneficiarii informațiilor sale sunt “de drept”, în simpla lor calitate de membri ai comunității didactice și studențești, fapt ce poate contribui la o percepție formală a mesajului și, mai grav, la o formă de*

neaderență a audienței specifice la conținutul informațional al publicației.

- *În practica cea mai frecvent întâlnită din universitățile occidentale, BI este o apariție trimestrială completată în perioada dintre apariții cu așa numitele « noutăți » (newsletters).*
- *În esență, conținutul BI al FACULTĂȚII ar trebui să se concentreze asupra următoarelor aspecte:*
 - **un mesaj al conducerii FACULTĂȚII - la început de an universitar sau de semestru -, adresat comunității didactice, dar și studenților prin care sunt anunțate bilanțuri de activitate și proiecte de viitor, după care se exprimă încrederea în colaborarea și sprijinul pe care îl așteaptă din partea colegilor, a studenților și a personalului administrativ;**
 - **modificări intervenite în structura organizațională, informații de interes didactic general și specific, venirea de noi membri în comunitatea didactică;**
 - **precizării privind structura anului universitar sau a semestrului, numărul de cursuri și forma de examinare, cercuri științifice etc;**
 - **date privind mobilitățile academice și bursele de studii în străinătate, de la ultima apariție a BI și până la data republicării sale, precum și perspectivele existente în acest domeniu pentru următoarele 5-6 luni;**
 - **noutăți editoriale (cursuri, articole, cărți, comunicări științifice etc.) având ca autori membri ai comunității**

didactice din facultate, dar și studenți implicați în activități publicistice remarcabile;

- date privind baza materială universitară disponibilă (număr de săli, amfiteatre, cabinete, laboratoare, spații în căminele studențești, disponibilități investiționale proprii etc);
- condiții de admitere la doctorat, situația studenților de la IDD sau a celor cu taxă, criterii de performanță academică și studențească etc;

➤ *Aceste informații sunt foarte utile mai ales pentru “noii veniți” în cadrul FACULTĂȚII (studenții anului I, noi cadre didactice sau profesori asociați, profesori invitați și studenți din străinătate), sau pentru cei a căror relație directă cu FACULTATEA nu are o continuitate prea mare (studenți la IDD, doctoranzi).*

➤ *Tipărit într-un format 16/54/84 și multiplicat pe coală de hârtie nu foarte pretențioasă la imprimanta și multiplicatorul instituției, BI se înscrie în costuri mai mult decât rezonabile, dar cu o eficiență managerială indiscutabilă.*

➤ *Colectivul de lucru nu trebuie să fie numeros, ci este suficient un singur responsabil care să integreze informațiile din departamente, de la profesori și studenți sau din partea conducerii facultății, pentru ca apoi să le încredințeze spre redactare (cca. 30-40 pp.) la secretariatul FACULTĂȚII, iar broșarea se poate face în tipografia universității.*

➤ *Un BI poate include și câteva imagini sugestive, care se pot scana pe calculator la fel cum, obligatoriu, cuvântul de debut*

al decanului FF trebuie iscălit olograf și multiplicat tot prin scanare.

- *Nu sunt lipsite de interes nici câteva scurte impresii ale unor personalități academice transmise FACULTĂȚII, fie prin corespondență inter-universitară, fie direct, cu ocazia unor vizite în localitatea de rezidență a instituției universitare.*

V.4. Intranetul

Ultimii ani au transformat un deziderat funcțional al Internetului, într-un instrument efectiv și eficient de comunicare intra-oragnizațională. Dar dacă în ceea ce privește constituirea rețelelor informatizate de comunicare internă lucrurile au avansat destul de rapid în ultimii ani, în schimb despre un network de cooperare în ateliere virtuale pe diferite proiecte, situația este încă departe de cerințele pretinse de dinamismul unei instituții academice pregătite să facă față standardelor de performanță pretinse de piața cercetării în domeniul științelor sociale.

- *Deși într-un process de restrângere accelerată, în instituțiile de învățământ superior mai există, totuși, segmente de utilizatori de net pentru care ideea constituirii unei rețele intranet în FACULTATE constituie o modalitate pretențioasă și inadecvată posibilităților reale de înzestrare tehnică a mediilor academice, îndeosebi din sectorul public. Ca atare, o asemenea versiune a comunicării PR este privită uneori cu destulă neîncredere de anumite cadre didactice și personal auxiliar, deși avantajele sale sunt mai mult decât evidente. Exemplul studenților care-și accesează catalogul cu note de la examene este cât se poate de elocvent.*

- *O rețea Intranet presupune un efort investițional foarte accesibil bugetului unei FACULTĂȚI bine organizate și bine administrate instituțional. În principal este vorba de un server, câteva HAB-uri și câteva plăci de rețea din care se poate alcătui un network funcțional la nivelul organizației, respectiv unul care să integreze departamente, săli de curs, decanat și administrație ori biblioteca universitară.*
- *Conectată la rețeaua Intranet a universității, structura reticulară, astfel constituită la nivel de FACULTATE, poate fi accesată direct și de fiecare profesor, student sau partener extern al acestei instituții.*
- *Valoarea practică a acestui instrument rezidă în faptul că satisface situații dintre cele mai urgente de comunicare, evitând ambivalența și depășind programul de lucru oficial al instituției.*
- *Intranetul crează premisa evitării unor situații de izolare de viața internă academică din FACULTATE, respectiv chiar a celor care, temporar sunt angajați în mobilități și burse de studii în străinătate. Sentimentul de “mereu acasă” și de apropiere între colegi este o condiție a autoidentificării și a autoreferinței profesionale.*
- *Activitățile de actualizare (upgrade, update) a informațiilor pot fi realizate, în aceste circumstanțe tehnologice particulare, cu relativă lejeritate, fără consum inutil de timp. Totul se rezumă la o urmărire atentă, constantă și selectivă a unei corespondențe speciale, cu atât mai mult cu cât programul academic nu este în regim de “foc continuu”, cu prezență obligatorie la locul de muncă în afara orelor de curs sau a activităților conexe deja anunțate.*
- *Este suficientă o simplă conectare la Intranetul universitar pentru a solicita informații la editura universității, la “Biblioteca Centrală*

Universitară”, la serviciul de relații internaționale ori la contabilitate.

- *Intranetul este deja calea cea mai rapidă de acces la rețeaua de Internet prin serverul universității, dând posibilitatea construirii și funcționării Site-ului FACULTĂȚII, iar comunicarea dinspre interior spre exterior și, în sens invers, să devină o simplă formalitate.*
- *Multifuncționalitatea unui intern reset înseamnă un efort financiar mai mult decât răsplătit, întrucât întrebuintările sale în scopuri de PR pot fi completate cu cele de valorificare a unor cercetări științifice pe calculator la care să fie angajat un colectiv specializat din cadrul FACULTĂȚII.*

V.5. Colocviul academic

Indiferent de valoarea, necesitatea și eficiența celorlalte instrumente ale activității de PR enunțate până aici, importanța unor relații interactive, de tip face-to-face nu poate fi pusă la îndoială cu atât mai mult în cazul mediului universitar.

- *Tendențele individualiste sunt în spațiul acțiunii academice deosebit de puternice, fiind generate cu precădere de natura activității profesionale și profilul intelectualist al raporturilor interpersonale. În mare parte, termenii aprecierii meritelor și reușitelor celor care activează în astfel de medii, sunt centrați pe realizări de ordin personal: lucrări publicate, proiecte inițiate, programe conduse ori participări la congrese, colocvii și simpozioane științifice, prezențe în mass media etc.*

- *Totodată, pasiunea dialogului, confruntarea de idei sunt laturi complementare ale vieții academice, dând consistență și relevanță socială unor activități cu pronunțat conținut individual. Nevoia de studiu și concentrare în biblioteci ori în fața calculatorului, atrage după sine tebuințe la fel de puternice de apropiere între membrii catedrelor, între cadrele didactice și studenți, între personalul din administrație și cel direct implicat în procesul didactic universitar. O activitate de PR găsește aici un capital extrem de util de valorificat în scopul dezvoltării culturii organizaționale, convertind criza recunoașterii sociale a muncii solitare într-o căutare a “celuilalt” și a comunității profesionale.*

- *Vocația instituțională a colocviului academic rezidă în capacitatea sa de a “împărtăși” cunoașterea, de a o comunica prin forme care să exprime dimensiunea academică și spirituală a rezultatelor muncii universitare. De aceea, un asemenea instrument de PR reprezintă o modalitate ideală a dezvoltării sentimentului corporatist (ésprit du corps) și a solidarității dintre intelectuali. Pentru a argumenta această necesitate este suficient de amintit câtă atenție dau cadrele didactice, în general, și cele universitare, în special, înscrisurilor de pe cărțile de vizită, unde sunt menționate instituția academică (grupul de apartenență), titlul științific și didactic sau discretele trimiteri la relația lor cu lumea științifică prin menționarea calității de membru al unor foruri academice de prestigiu (grupul de referință).*

- *Prin excelență mediul intelectual este predispus la competiție, la emulație culturală, arătându-se deosebit de receptiv la orice ocazie în care să-și poată etala calitățile, izbânzile ori performanțele de natură științifică. În acest sens, colocviul academic este una dintre formele cele mai apreciate de comunitatea didactică universitară, grație oportunităților de manifestare a cooperării și coeziunii profesionale.*

- *Trebuințele de comunicare din interiorul unei instituții universitare nu merg, totuși, până acolo încât să fie acceptate cu ușurință orice fel de reuniuni în spațiul academic. În acest sens, foarte elocventă este reticența acestui mediu față de inițiativele de tip sindicalist ori politicianist.*

V.6. Consiliul profesorilor

Caracterizat drept o instituție cu activitate de rutină, cu suficiente motive de disconfort pentru unii, dar cu satisfacția exprimării unei anumite relevanțe a muncii în interiorul FACULTĂȚII, pentru alții, Consiliul profesorilor reprezintă acel forum în care, la fel ca în orice altă organizație, în FACULTATE nu se limitează doar la îndeplinirea unor funcții decizionale, fiind deopotrivă o formă de consacrare a membrilor săi în postura de “oameni de bază” ai instituției. Această realitate este confirmată și de emulația momentului desemnării reprezentanților catedrelor/departamentelor într-o structură decizională de acest nivel.

O latură relativ puțin exploatată a activității Consiliului profesorilor privește caracterul democratic al acestui for de conducere academică. Perceput îndeobște ca un cadru al deciziei unilaterale venind dinspre membrii cadre didactice ai FACULTĂȚII, se trece adeseori cu vederea prea rapid peste implicarea tinerilor chemați să reprezinte interesele comunității de studenți în această instituție. Ca urmare, proiectul de PR trebuie să valorifice cât mai eficient o asemenea oportunitate în construcția culturii organizaționale a FACULTĂȚII.

Activități specifice de PR în conținutul deciziilor Consiliului profesorilor

- *Într-o formulă organizatorică restrânsă și, pe cât posibil, reprezentativă, Consiliul profesorilor este o asemenea agoră universitară, cu un rol deosebit în orientarea activității didactice și de gestionare a bazei materiale proprii. Prezența în structura de conducere a FACULTĂȚII conferă, astfel, o anumită satisfacție de ordin simbolic în privința prestigiului derivat din calitatea de “ctor instituțional”.*
- *A fi membru în Consiliul profesorilor induce responsabilitate și vizibilitate superioară a personalității științifice. Relația dintre statura științifică a membrilor Consiliului și complexitatea problemelor pe care le ridică în permanență procesul educativ și de administrare în FACULTATE, poate fi o condiție a unei acoperiri eficiente a trebuințelor instituționale prin soluții adecvate domeniului academic.*
- *Prestigiul științific, reputația profesională și devoțiunea instituțională a membrilor Consiliului profesorilor are proprietatea de a edifica un climat de încredere și respectabilitate la nivelul organizației, facilitând, implicit, promovarea unor inițiative manageriale mai puțin populare pentru studenți, personal administrativ și chiar cadre didactice.*
- *Sub aspect relaționist, capacitatea satisfacerii expectanțelor instituționale concentrate la nivelul deciziei este o modalitate importantă de stimulare a interesului pentru activitatea FACULTĂȚII. Orice reunire în ședință a Consiliului profesorilor poate fi privită, în consecință, drept un act de PR, în măsura în care este susceptibilă de o convertire adecvată în evenimente academice construite.*
- *Caracterul relativ spectacular al activității Consiliului profesorilor poate servi cu succes și promovării valorilor*

comunității didactice, dând totodată senzația de dinamism, de actualitate, de spirit critic și implicare activă în probleme de interes ce exced activitățile didactice imediate.

- *Transparența activității Consiliului profesorilor are proprietatea de a satisface trebuința de "a fi împreună", la care se poate adăuga mândria de a fi apartenent mediului universitar, cu implicația imediată a potențării sentimentului "stimei de sine". Un sentiment care definește în mare măsură orgoliul oricărui intelectual....*
- *O condiție sine qua non a îndeplinirii unor exigențe de PR instituțional de către Consiliul profesorilor o reprezintă dezocultarea deciziei, făcând-o să iasă din paginile procesului-verbal. Transferul mecanic al rezoluțiilor luate în acest forum către secretariat sfârșește doar prin a da senzația că decizia este ținută departe de ochii celor excesiv de curioși. Procedând astfel, treptat se instalează un raport asimetric în cadrul comunității didactice: pe de o parte cei care știu, iar de cealaltă parte cei care nu știu și nici nu e recomandabil să știe.*
- *În absența transparenței actului decizional, proliferază zvonul, bârfa academică, folclorul studențesc, coteriile și cârteala celor excluși. Climatul instituțional devine tensionat, predispus la conflicte neprevăzute și la răbufniri nu tocmai academice în exterior, în presă sau în medii pasionate de evenimente "de culise".*
- *Remediul unei asemenea situații constă în imprimarea unor newsletters care conțin "ordinea de zi", temele dezbătute, poziția adoptată de membrii consiliului în numele celor pe care-i reprezintă, ce hotărâri s-au luat și cine urmează a le pune în aplicare. Totul nedepășind 2-3 pagini care pot fi transmise fie sub forma unor exemplare fiecărui colectiv al Catedrelor de*

specialitate, fie prin intranet, fie prin instalarea pe Site-ul FACUTĂȚII. Pentru studenți pot fi realizate variante abreviate care prezintă doar problemele de interes specific și imediat, multiplicat într-un număr rezonabil pentru a circula în cămine sau între studenții necăminiști.

Teme de seminar:

1. *Redactați variante ale corespondenței de PR cu destinație intraorganizațională, având ca obiectiv acoperirea unor trebuințe instituționale de consolidare a climatului de lucru din cadrul Facultății de Filozofie a UAIC-Iași*
- .
2. *Proiectați macheta unui Buletin informativ al Facultății de Filozofie din UAIC-Iași.*
3. *Concepeți proiectul unui Colocviu academic în care să valorificați resurse specifice de PR cu finalitate expresă în dezvoltarea unei emulații profesionale la nivelul Facultății de Filozofie a UAIC-Iași.*



Bibliografie

- C.Coman – *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001
- B.Dagenais – *Campaia de relații publice*, Polirom, Iași, 2003
- B.Dagenais – *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002
- J. Marconi – *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007
- D.Newsom, B.Carrell – *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004
- D.Newsom, J.VanSlyke Turk, D.Kruckeberg – *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003
- Gh.Teodorescu, P.Bejan – *Relații publice și publicitate. Discurs, metodă, interpretare*, Ed. Fundației AXIS, Iași, 2003/2006

COMUNICARE INTERPERSONALĂ

Lect. dr. Ioan – Alexandru GRĂDINARU

CUPRINS

- I. Ce este comunicarea interpersonală?**
- II. Caracteristici ale comunicării interpersonale eficiente**
- III. Problema credibilității în comunicarea interpersonală**
- IV. Liderii și comunicarea interpersonală**
- V. Eul și percepția în cadrul comunicării interpersonale**
- VI. Conflictul interpersonal**
- VII. Aspecte ale dinamicii relaționării în comunicarea interpersonală**

Obiectivele cursului:

- Să ofere studenților concepte centrale și explicații de bază pentru înțelegerea proceselor specifice comunicării interpersonale;
- Să permită, prin intermediul cunoștințelor acumulate, evaluarea propriilor experiențe de comunicare interpersonală (în special a relațiilor interpersonale);
- Să familiarizeze studenții cu câteva dintre modelele și teoriile cele mai relevante pentru domeniul comunicării interpersonale.

Obiective operaționale:

În urma studierii acestei unități de curs, studenții trebuie:

- a) Să fie capabili să recunoască și să definească o secvență de comunicare interpersonală;
- b) Să dobândească aptitudinea de a folosi anumite modele teoretice pentru interpretarea și înțelegerea unei interacțiuni interpersonale;
- c) Să fie capabili să descrie temele principale ale domeniului;
- d) Să aibă abilitatea de a analiza apariția și dezvoltarea unei relații interpersonale;
- e) Să dobândească abilitatea de a distinge între prejudecățile și cunoștințele veritabile pe care simțul comun ni le oferă în marginea fenomenelor ce țin de comunicare interpersonală.

Criterii de evaluare:

Studenții vor fi notați în urma susținerii unui examen scris. La calcularea notei finale se va ține cont de prezența și de activitatea studenților la tutoriale.

1. Ce este comunicarea interpersonală?

1.1 Fenomenul extrem de vast și de complex al comunicării ne pune adeseori în fața unei multitudini de experiențe concrete și își dezvăluie, prin aceste experiențe, un evantai adesea deconcertant de forme și dimensiuni. De la omniprezentul dialog față-în-față, de la schimbul de mesaje scurte prin intermediul telefonului mobil, de la convorbirile formale și/sau informale cu superiorul la serviciu, de la schimbul de scrisori (din hârtie sau pur „electronice”) și până la ședința de bloc sau de filială a partidului X, până la urmărirea pasivă sau, din contră, activă a emisiunilor de la televizor, toate aceste exemple simple descriu situații arhicunoscute în care comunicarea este pe deplin prezentă.

Cercetarea teoretică încearcă să delimiteze conceptual, să traseze granițe între aceste forme de comunicare tocmai pentru a face posibilă o mai adecvată înțelegere a lor și, de cele mai multe ori, pentru a încerca identificarea căilor de eficientizare a comunicării. Astfel au apărut distincții de tipul comunicare formală/comunicare informală, comunicare verbală (cu cele două forme bine determinate, comunicarea scrisă și comunicarea orală)/comunicare nonverbală sau, în funcție de criteriul distanței sociale dintre comunicatori, comunicare interpersonală/comunicarea în cadrul grupului restrâns/comunicarea publică (inclusiv cu specia comunicării de masă, care s-a bucurat de o atenție specială din partea cercetătorilor). Așa cum se observă deja, comunicarea interpersonală poate fi, într-o primă aproximație, înțeleasă drept acea formă de comunicare caracterizată de o distanță relativ mică dintre comunicatori (distanța personală). În general, cazurile în care vorbim despre această formă de comunicare sunt cazuri ce descriu *doi* (cazul tipic, care este luat în atenție în majoritatea studiilor) sau *cel mult câțiva* comunicatori (însă nu foarte mulți, limita oferind-o structurările specifice comunicării în grupul restrâns) care se cunosc destul de bine și au în urmă o istorie destul de bine conturată a relațiilor dintre ei. Exemplul cel mai simplu este cel reprezentat de secvențele de comunicare care apar în cazul a doi prieteni buni: Vasile și Dan, de pildă, se știu încă din copilărie, au făcut liceul împreună, au rămas în relații pozitive și au avut interacțiuni constante în timpul facultății (chiar dacă au optat pentru direcții diferite), au fost alături unul de celălalt la mai toate momentele importante, în ciuda inerentelor, dar rarelor momente mai problematice (certuri, diferenduri serioase

sau pauze de comunicare mai lungi) apărute în relația lor de prietenie. Dacă am urmări câteva interacțiuni obișnuite dintre cele două personaje, am observa probabil că ei își vorbesc relaxat, fără a simți nevoia să respecte alte standarde comunicaționale în afara celor de politețe minimală (ba chiar uneori nici acestea nu sunt respectate, ei schimbând adesea mesaje ironice și chiar acide, dar numai în glumă), că există o curgere firească a conversației dintre ei, fără urmarea unor reguli precise de circulație a mesajelor, că situațiile în care se întâlnesc (acasă, la o bere, la serviciu etc.) nu au o influență semnificativă asupra desfășurării secvenței de comunicare, că mesajele sunt simple și directe, că interlocutorii sunt în general foarte sinceri în cadrul acestor secvențe, subiectele acoperind o arie mare de câmpuri informaționale (relevante pentru amândoi, însă), de la mersul treburilor în familie până la starea de fapt din România și alegerile pentru Parlament.

Această exemplificare descrie, așadar, cazul paradigmatic pentru ceea ce numim comunicare interpersonală. Fără îndoială însă că situațiile de comunicare interpersonală nu se reduc doar la acest tip: întâlnirile amicale ocazionale „în oraș”, schimbul de mesaje multimedia prin intermediul Yahoo Messenger, discuțiile aprinse la serviciu cu colegii față de care ne simțim mai apropiați, conversațiile la telefon cu iubitul plecat la muncă în Italia sau conversațiile din cadrul unei întâlniri romantice ne aduc în față tot atâtea cazuri cunoscute.

Se pune problema așadar de a încerca să adunăm tot acest divers experiențial sub o singură definiție. Cu alte cuvinte, o primă problemă importantă o reprezintă definiția comunicării interpersonale. Însă dificultățile încep chiar de aici, pentru că nu există o definiție unic acceptată, ci variante, uneori suficient de disparate. Printre definițiile întâlnite în literatură trebuie amintite cele care insistă pe numărul persoanelor implicate (două sau mai multe, în orice caz limita este structurarea de tip grup, așa cum am precizat mai sus), pe distanța socială dintre comunicatori, pe aspectul informal și pe lipsa cadrului interactiv complementar dintre comunicatori (acest cadru nu este necesar în comunicarea interpersonală) sau pe canalul de transmitere (față-către-față). De asemenea, definițiile date comunicării interpersonale se mai disting și prin perspectiva școlii sau curentului din care provin autorii; o școală sau un curent de gândire lasă o amprentă importantă asupra asumpțiilor teoretice. O altă dificultate survine din direcția faptului că această formă de comunicare este prezentă în multe studii, astfel încât ea „moștenește” uneori caracteristicile câmpurilor practice și teoretice pe care le „vizitează” (a se vedea, de exemplu, legătura cu comunicarea organizațională).

Discutând această problemă, I. Chiru¹ remarcă existența a trei tipuri de definiții care se dau comunicării interpersonale: a) definiții componentiale: se evidențiază modelele comunicaționale și elementele care le construiesc (în cazul I. Chiru, *persoane, mesaj, canal, feed-back*); b) definiții relaționale (des întâlnite): comunicare ce se derulează între două persoane – efectul diadic; c) definiție progresivă: comunicarea interpersonală poate fi privită ca punctul (final) al progresiei dinspre comunicarea formală către una personalizată (deși nu este întotdeauna cazul). Definițiile componentiale încearcă să descrie comunicarea interpersonală prin intermediul unui model asumat: el poate varia, de la autor la autor, ca număr de factori și ca ordonare a lor, dar cert este că interrelaționarea dintre elementele componente ne oferă o imagine despre secvența de comunicarea interpersonală. Definițiile relaționale, după cum putem observa și din denumire, aduc în scenă, în mod fundamental, un concept decisiv, în timp ce perspectiva progresivă dezvăluie o modalitate posibilă, des întâlnită, de maturizare și de personalizare a unei relații.

Citându-l pe G. Miller, I. Chiru vorbește de trei factori determinanți pentru comunicarea interpersonală: a) predicții determinate psihic: acțiunile și interacțiunile se bazează pe predicții despre psihicul celorlalți și nu pe apartenența la grup (vezi cazul Montague vs. Capulet), ceea ce contează este unicitatea individului.; b) date cu rol explicativ despre celălalt: persoana cu care comunicăm ne este, în general, cunoscută și există anumite așteptări comportamentale (redundanță); c) nu contează regulile sau normele sociale, cât regulile proprii ale comunicatorilor, ritualurile personale care însoțesc activitatea și experiența cotidiană.

1.2 Dificultățile în definire survin și din direcția a ceea ce E. Rogers² numește diviziunea în două subdiscipline a studiului comunicării. În urma analizării unui vast material empiric, articole pe teme de comunicare din cele mai importante reviste din domeniu, E. Rogers ajunge la o concluzie interesantă: studiile despre comunicare se împart în studii despre comunicarea de masă și studii de comunicare interpersonală. Motivele pe care Rogers le identifică țin mai degrabă de o componentă istorică și accidentală decât de una substanțială. Rogers crede că ruptura dintre comunicarea de masă și cea interpersonală poate fi demonstrată plecând de la trei constatări: a) gradul foarte slab de inter-citare dintre cele două subdiscipline; b) tipurile de specializare ale asociațiilor de profesioniști din domeniul comunicării; c) separarea programelor doctorale din domeniul comunicațional (ori comunicare interpersonală, ori comunicare

¹ Irena Chiru, *Comunicare interpersonală*, Editura Tritonic, București, 2003, p. 7.

de masă). Această situație, crede Rogers, produce mai multe efecte nedorite: pe de o parte, devine dificilă definirea comunicării interpersonale, pe de altă parte se observă lipsa unei coerențe interne a studiilor comunicaționale, iar apoi studiul comunicării este fragmentat în două direcții, ceea ce este nenatural având în vedere faptul că fenomenul comunicațional este unul *holist*. Rogers crede că putem vorbi despre trei disfuncții ale acestei situații: 1) teoriile comunicării nu sunt integrate (avem teorii pentru comunicare interpersonală și alte teorii, de pe alte baze, pentru comunicarea de masă); comunicarea umană în întregul său nu poate fi înțeleasă doar prin intermediul unei singure subdiscipline; c) tehnologiile comunicaționale din anii '90 sunt interactive, astfel încât comunicarea rezultată nu poate fi clasificată nici drept specie a comunicării interpersonale, nici doar specie a comunicării de masă. Avantajele dihotomiei comunicare interpersonală-comunicare de masă vin dinspre direcția specializării și a programului academic mai lejer pentru studenți. Everett Rogers face și câteva recomandări pentru depășirea acestui stadiu³. Pentru el, nu este greșit să notăm că specia interpersonală a comunicării include teoria retorică și critică, comunicarea organizațională, comunicarea interculturală, comunicarea educațională etc.

1.3 Cred că putem fi de acord cu P. Hartley că putem defini comunicarea interpersonală în primul rând ca „face-to-face communication” (Hartley respinge canalele artificiale de transmitere, dar lucrurile acestea sunt problematice), că ea se desfășoară în contextul vieții cotidiene fără intervenția aspectelor ce țin de comunicarea formală. Decisivă mi se pare însă *componenta relațională*. Ea presupune interacțiunea intenționată dintre persoane și nu dintre roluri: contează efectul diadic, este un proces prin excelență cumulativ.

În cercetările de comunicare interpersonală întâlnim câteva caracteristici privilegiate:

- Tendința către analizarea unor fenomene particulare;
- Deși situația nu e întotdeauna foarte clară, metodele cantitative de studiu se îmbină cu cele calitative (de pildă, Rogers arată preeminența calitativului în studiile interpersonale în timp ce M. V. Redmond demonstrează modalitățile cantitative de investigare);
- Utilizarea vocabularului psihologiei personale și sociale – sistemul *convingere-dorință-cunoaștere*;

² Everett M. Rogers, “Anatomy of the Two Subdisciplines of Communication Study”, în *Human Communication Research*, 25 (4), iunie 1999, pp. 618-630.

³ *Ibidem*, p. 628.

Din observațiile lui Miller rezultă faptul că în comunicarea interpersonală contează în primul rând psihologia individuală și modul în care această psihologie individuală determină agregarea comportamentelor și a intențiilor dintre cei doi (sau mai mulți comunicatori). De altfel, de aici rezultă și tratamentul sistematic de tip convingere-dorință-cunoaștere (sistemul BDC) pe care interacțiunile interpersonale îl primesc din partea celor care le studiază (și această observație este valabilă atât pentru cercetările cantitative, cât și pentru cele calitative). Mark Redmond (urmărim observațiile sale pe marginea unui curs nepublicat) este conștient de importanța elementului de psihologie individuală, însă propune un model explicativ (preferă, așadar, o definiție componentială) care vrea să accentueze forța contextului în comunicarea interpersonală.

La prima vedere, această alegere ar putea părea ciudată având în vedere specia comunicațională în care ne aflăm, însă la o privire de detaliu această alegere este perfect motivată și acoperă majoritatea factorilor determinanți într-o interacțiune interpersonală. Redmond își construiește modelul în jurul a cinci tipuri contextuale: *contextul psihologic*, *contextul cultural*, *contextul relațional*, *contextul situațional*, și *contextul de mediu*. Aceste contexte se află, toate, după Redmond, sub jurisdicția câtorva *principii ale contextelor*:

- Toate interacțiunile apar în cadrul unor contexte;
- Fiecare context afectează comportamentul, relația și atribuirea de semnificații;
- Contextele sunt interactive și se afectează unul pe celălalt;
- Partenerii relaționali sunt afectați în mod diferit de către contexte;
- Luarea în calcul și înțelegerea impactului contextelor poate reduce neînțelegerea și poate crește eficacitatea comunicării interpersonale.

Având în vedere aceste principii, Redmond face o rapidă caracterizare a contextelor în discuție. Astfel, *contextul psihologic* este definit drept „cine ești și ceea ce aduci în interacțiunile tale”. Contextul psihologic afectează, pe de o parte, modalitatea în care reacționăm, în care ne comportăm, iar pe de altă parte el afectează codarea și decodarea, iar prin aceasta, atribuirea de semnificații. El îi apare lui Redmond ca un element compozit, ce cuprinde, între altele, felul în care am crescut (istoria personală) și nivelurile educaționale pe care le-am parcurs în cadrul acestei istorii personale. Evident, la acest nivel plasăm nevoile, dorințele, poziționările axiologice etc.

Contextul relațional este definit drept „modalitatea în care reacționăm față de persoana cu care ne aflăm în interacțiune. Cine ești sau cine poți fi în legătură cu un

altul specific”. Contextul relațional influențează și el comportamentul și atribuirea de semnificații, însă după Redmond el este în primul rând activ prin raporturile dinamice dintre putere și control, respectiv atracție-repulsie. De asemenea, contează aici istoria interacțiunilor cu celălalt, precum și capacitatea de auto-dezvăluire.

Contextul situațional ne dă motivul pentru care cei doi parteneri intră în interacțiune. El definește așadar scopul interacțiunii, cu precizarea că de foarte multe ori acest scop poate fi modificat chiar în timpul interacțiunii. Contextul situațional descrie întâlnirea dintre dorințele, nevoile și mai ales interesele comunicatorilor.

Contextul de mediu redă efectul factorilor externi asupra persoanelor și asupra interacțiunii înseși. El include evident caracteristici fizice (loc, mobilă, alți oameni), climaterice (temperatură, umiditate) și caracteristici temporale (ora, ziua etc.). Important de observat, după Redmond, este faptul că acest context poate fi în general modificat sau manipulat pentru a produce sau înlesni efectul dorit. Acest fapt este cunoscut în cadrul comunicării organizaționale și este și aplicat în majoritatea firmelor mari.

Contextul cultural cuprinde efectele unei culturi date asupra interacțiunii dintre comunicatori. Cel mai interesant lucru este faptul că acest context este pe deplin interior, el aflându-se în cadrul contextului psihologic al persoanelor. Importanța este extraordinară, deoarece cultura în cadrul căreia apare interacțiunea definește comportamentele și semnificațiile potrivite, acceptabile. Întreaga interacțiune are sens doar în cadrul unei culturi, a unei „forme de viață” care stabilește limitele semnificațiilor standard, acceptabile și a comportamentelor relevante. Plecând de aici, comunicatorii pot interveni cu reinterprețările lor, producând eventual alterări griceene ale semnificațiilor standard. Dacă cei doi comunicatori aparțin aceleiași culturi, contextul cultural este cadrul general de acord care guvernează asupra interacțiunii comunicaționale. El este ghidat de *principiul carității*, dar și de un *principiu al redundanței* care produce numeroase așteptări atât la nivelul semnificațiilor, cât și la nivelul comportamentelor. Dacă cei doi comunicatori nu fac parte din aceeași cultură, atunci intrăm pe tărâmul interesant, dar adeseori spinos al comunicării interculturale.

Modelul lui Redmond are o productivitate însemnată, după opinia mea. El caracterizează comunicarea interpersonală plecând de la cele două direcții fundamentale (contextul psihologic și cel relațional), însă nu o reduce la ele. Factorii de mediu, situaționali și culturali primesc atenția cuvenită. Astfel, putem explica mai ușor de ce doi occidentali sangvinici, prieteni, cu studii superioare care se cunosc de douăzeci de ani și care și-au privit întotdeauna interacțiunea în termenii egalității nu se mai înțeleg când scopul comunicării este deturnat de unul dintre ei sau, la limită, când condițiile de

mediu nu mai permit desfășurarea în bune condiții a interacțiunii (a se vedea, de exemplu, impactul condițiilor de mediu asupra comportamentului de ajutorare). De asemenea, modelul lui Redmond pare a fi eliberat de pericolul subliniat de Popper: cel al „mitului contextului”, din două motive: a) chiar dacă caracterizarea psihologicului și relaționalului este făcută prin intermediul conceptului de context, totuși ea nu scapă nici un element important, ba din contră, pune în relief faptul că întotdeauna interacțiunile interpersonale apar în situații particulare, determinate; b) prin faptul că Redmond tratează contextul cultural ca parte a contextului psihologic sau, mai exact, prin filtrul psihologic al personalității comunicatorului, se întărește ideea că specia comunicării interpersonale are în vedere în primul rând oameni și relațiile dintre ei, nu suprastructuri sociale.

Totuși, câteva întrebări suplimentare survin. În primul rând, contextele prezentate trebuie înțelese ca având o importanță egală sau trebuie să facem o ierarhie a lor? Cel puțin simțul comun ne spune că contextul psihologic și cel relațional sunt mai importante, cel puțin pe tărâmul comunicării interpersonale. Personal, consider că în cadrul comunicării interpersonale, dacă aş fi obligat să fac o alegere, primordial este contextul relațional (dificultățile de ordin psihologic, situațional sau cultural sunt adeseori surmontate în numele istoriei relației dintre două persoane, în numele trecutului comun). În al doilea rând, ar trebui stabilite câteva linii caracteristice ale raportului dintre contextul psihologic și cel relațional: orice model explicativ care apelează la aceste două concepte trebuie să ofere o justificare a limitelor: până unde merge influența contextului psihologic în dezvoltarea relațiilor (cel puțin în primele faze ale stabilirii unei relații probabil că această influență este decisivă) și unde începe să predomine relaționalul (iarăși, dacă aş fi obligat să dau un răspuns, aş face trimitere la faza integrării și mai ales a unirii). Bineînțeles că uneori contextul psihologic este factorul hotărâtor: în disoluția relațiilor, aspectele personale încep să devină din ce în ce mai importante, câștigă teren în fața aspectelor comune și în cele din urmă diferențele pot conduce la încetarea relației. Dar în același timp avem la îndemână numeroase exemple, unele limită, în care comunicatorii fac o penitență sau o asceză a psihologiei proprii de dragul preservării unei relații.

În al treilea rând, trebuie elucidată relația dintre contextul situațional și cel cultural: contextul cultural ne furnizează, după Mark Redmond, norme care stabilesc care comportamente sunt acceptabile în comunicare, care semnificații sunt posibile și care nu, delimitând astfel, cel puțin din această perspectivă teoretică, ce interese și motive putem pune în joc în interacțiunile noastre interpersonale. Mai mult, contextul

cultural determină și *cum* putem pune în joc aceste mize: atractivitatea interpersonală și comportamentul de cuplu sunt definite prin anumite norme ale acceptabilității în cultura occidentală și altfel în lumea arabă. Totuși, și în relația context situațional-context cultural există numeroase ilustrări în direcția opusă: uneori interesul este suficient de puternic pentru a transcende normele culturale!

În al patrulea rând, survin alte două probleme: a) există și alte contexte pe care le putem invoca în completarea modelului lui Mark Redmond? și b) ar trebui să analizăm câteva specii ale contextelor în discuție pentru a pune în evidență mai clar importanța lor: de pildă, contextul cultural cuprinde ca specie contextul lingvistic. Însă studiul său a căpătat o independență pronunțată, astfel încât reclamă, probabil, o tratare particulară.

Modelul elaborat de Mark Redmond împărtășește o serie de presupoziii cu cel al lui Alex Mucchieli⁴ și al colaboratorilor săi. Plecând de la un concept dedus din dezvoltările Școlii de la Palo Alto – comunicare generalizată – autorii optează pentru o serie de constructe teoretice care sunt apte să dea seama de caracterul procesual al comunicării. Dintre ele, le amintim pe cele de *contextualizare* (de exemplu, „Contextul este dător de sens. Sensul ia naștere din relaționarea acțiunii de comunicare cu elemente din contextul acesteia. Munca de relaționare este îndeplinită de diferiții actori ai comunicării. Fiecare interlocutor dintr-o situație de comunicare desfășoară o muncă pe care o putem numi «muncă de interpretare sau inferență». Pune în relație elementele comunicaționale ale schimbului cu situația și își extrage sensul din ele”⁵), de *cadraj* și *recadraj*, de *sens împărtășit*, de *poziționare* sau de *construire a normelor*. Aceste opțiuni teoretice asigură, după cei trei autori, caracterul constructiv al modelului propus. Acest tip este diferit de modelele pozitivistice, respectiv sistemice ale comunicării, și pleacă de la miza fundamentală a împărtășirii sensului⁶ și de la întrebarea „Ce comprehensiune se stabilește între actorii comunicărilor?”.

Astfel, modelul situațional pentru analizarea comunicărilor propus de Alex Mucchielli, Jean-Antoine Corbalan, Valérie Ferrandez se configurează pornind de la următoarele întrebări⁷:

1. În ce context interacțional ne aflăm?; 2. Care este poziționarea?; 3. Ce calitate are relația?; 4. Care sunt intențiile? 5. Care sunt mizele identitare?; 6. În ce context normativ ne aflăm?; 7. În ce context spațial ne aflăm?; 8. În ce context temporal ne aflăm? ; 9. În ce context senzorial ne aflăm?

⁴ Alex Mucchielli, Jean-Antoine Corbalan, Valérie Ferrandez, *Teoria proceselor de comunicare*, Editura Institutul European, Iași, 2006.

⁵ *Ibidem*, p. 18.

⁶ *Ibidem*, p. 32.

Răspunsurile la aceste întrebări conturează o imagine asupra desfășurării unei secvențe de comunicare. Totodată, ele ne informează asupra diferitelor procese particulare care compun, descriu interacțiunea interpersonală.

Totuși, aceste întrebări determinante își găsesc o utilitate maximală atunci când ele se manifestă sub forma a ceea ce autorii numesc „grilă de analiză a modelului situațional”. Chiar dacă un astfel de concept aduce mai degrabă cu perspectiva sistemismului, el se dovedește eficient în măsura în care aceste întrebări generale sunt particularizate în cazul fiecărui proces în parte. De observat este faptul că lista întrebărilor particulare nu este niciodată epuizată: autorii resping posibilitatea conturării unei grile „unice”, pe care să o avem ca „filtru universal de interpretare” a interacțiunilor. Ei ilustrează doar cu două-trei întrebări, lăsând, în mod intenționat, lista deschisă, supusă sugestiilor și dezvoltărilor ulterioare. Să luăm două exemple: procesele de contextualizare temporală și procesele de exprimare identitară.

În primul caz, Mucchielli și colaboratorii văd drept legitime și oportune întrebări precum: „cum sunt evocate contextele temporale de către actori? În ce mod intervin diferitele constrângeri temporale ale situației? Cum interpretează cutare sau cutare element al conduitei cutare sau cutare acțiune trecută în relație cu situația?”. Dacă ne imaginăm o situație de comunicare dintre doi prieteni, să spunem A și B, justetea întrebărilor ne apare imediat: e important să știm cum evocă contextele temporale cei doi (de exemplu, dacă ei nu s-au mai văzut de mult timp, e posibil ca „timpul psihologic” pe care îl asociază acestei pauze să fie diferit de timpul real, fizic), cum poate avea loc întâlnirea în condițiile unor limitări obiective (fiecare trebuie să prindă un tren, direcțiile sunt diferite) sau (ceea ce uneori este foarte important) cum a afectat timpul o anumită conduită din trecut: să ne imaginăm că A l-a certat pe B la ultima lor întâlnire de acum trei ani și i-a imputat, într-un mod foarte agresiv, anumite acte. Însă se observă ușor că numărul întrebărilor cu privire la procesul de contextualizare temporală nu poate fi limitat doar la acestea. Dăm doar două exemple suplimentare: cum este interpretat factorul timp în cultura din care fac parte cei doi (este posibilă și o diferență culturală în anumite cazuri)? Cum își interpretează „devenirea existențială” fiecare dintre cei doi parteneri și cum interpretează ei devenirea relației în timp?

Pe de cealaltă parte, dacă se pune problema proceselor de exprimare a identității, pe lângă legătura dintre comportamentele comunicatorilor și perspectivele lor asupra semnificațiilor împărtășite, pe lângă asumarea concretă a unei identități și a unor proiecte, contează în egală măsură jocul de roluri în cadrul exprimării identității,

⁷ *Ibidem*, p. 101.

nivelurile identității sau perspectiva, deloc simplă, a unei identități plurale, multivalente a individului.

Aplicații:

1. Descrieți două situații diferite de comunicare interpersonală utilizând modelul învățat în anul I la cursul de Fundamente ale comunicării (elementele componente erau emitențul și receptorul, mesajul, codul, situația, canalul de transmitere).

2. Descrieți o relație interpersonală care s-a construit pe direcția progresivă (de pildă, dinspre aspectele formale către cele informale, dinspre un număr limitat de interacțiuni către un volum mare al interacțiunilor).

3. Focalizați-vă atenția asupra unei relații interpersonale importante din viața dumneavoastră (cu o durată mai mare de șase luni) și încercați să urmăriți influența diferitelor contexte asupra evoluției ei.

2. Caracteristici ale comunicării interpersonale eficiente

2.1. În viziunea lui Joseph de Vito⁸, discuția despre eficiență în comunicarea interpersonală poate fi pusă din două puncte de vedere centrale. O primă perspectivă o reprezintă cea a școlii umaniste, care evidențiază următoarele cinci calități esențiale:

- Deschidere
- Empatie
- Suportivitate
- Abordare pozitivă
- Egalitate

După teoreticianul sus-amintit, *deschiderea* vizează nu un singur nivel, ci trei niveluri importante ale procesului de comunicare. În primul rând, ea are în vedere abordarea persoanei cu care intrăm în relație: nu este vorba doar de o postulare teoretică sau ideologică, ci chiar de o sumă de comportamente observabile (verbale, de pildă propozițiile de întâmpinare la începutul interacțiunii „Bun venit”, „Te așteptam”, „Speram să putem vorbi împreună. Aștept întâlnirea noastră de două zile” sau propozițiile de confirmare din timpul interacțiunii „Înțeleg. Și eu am trecut prin asta.”, „Într-adevăr. Ai perfectă dreptate”, „Da, va să zică așa...” sau nonverbale, de pildă zâmbetul, mimica pozitivă, caldă, în general, focalizarea atenției prin păstrarea unui contact vizual ferm, bătaia ușoară pe umăr etc.) care o compun. Poate cel mai relevant, în acest prim sens, este, după de Vito, fenomenul autodezvăluirii. Autodezvăluirea este proba directă a deschiderii – spunând ceva relevant despre noi înșine, îi transmitem celuilalt un mesaj de disponibilitate la dialog și de încredere. Acordarea unui feed-back (sau a unei retroacțiuni) onest reprezintă un al doilea semn al deschiderii. Comunicarea interpersonală câștigă în eficiență atunci când comunicatorii își exprimă franc punctele de vedere sau când reacționează sincer (iarăși, atât la nivel verbal cât și la nivel nonverbal). În al treilea rând, însă în strânsă legătură cu cel de-al doilea, deschiderea ia forma mesajelor în care emitentul își prezintă trăirile și gândurile, mesaje caracterizate prin prezența unui pronume care are, pe lângă rolul identificator, și un rol de asumare

⁸ Joseph de Vito, *The Communication Handbook. A Dictionary*, Harper & Row, New York, 1986, pp. 163-164.

(în engleză, în original, *I-messages*): „Eu cred că lucrurile stau așa...”, „Eu nu mă simt bine atunci când tu aduci în discuție subiectul ...”, „Mie mi se pare c-ar trebui să procedăm în maniera următoare...”.

Empatia a fost caracterizată ca o abilitate de „a te pune în postura celuiilalt”. Este de presupus că în ciuda diferențelor dintre oameni în ceea ce privește acest „talent natural”, numărul mare al interacțiunilor cu o persoană precum și calitatea acestor interacțiuni asigură baza empirică necesară pentru intuirea simțămintelor și a dispozițiilor celuiilalt: chiar dacă nu ești în mod natural o persoană empatică, totuși istoria relației și numărul mare de experiențe petrecute împreună te ajută să îl înțelegi. Valoarea empatiei rezidă atât în înțelegerea comportamentului prezent al celuiilalt (de exemplu, o femeie își dă seama că prietena ei cea mai bună este supărată doar după câteva secunde de la întâlnirea lor) și, prin urmare, în schițarea eventuală a unei soluții (invitarea prietenei la un film sau la o discuție pentru relaxare), cât și în anticiparea unor situații comunicative (copiii „ghicesc” uneori care sunt comportamentele judecate ca inacceptabile de părinții lor ori care sunt sensibilitățile acestora și le ascund faptele săvârșite sau se abțin de la a propune sau cere ceva pentru că știu cam care va fi reacția).

Caracterul suportiv asigură un climat propice secvenței de comunicare interpersonală. Așa cum s-a precizat și în cadrul cursului de *Fundamente ale comunicării*, el se caracterizează prin tendința partenerilor către descriere mai degrabă decât către evaluare, prin intervențiile directe, spontane, bruște, dinamice, dar nepregătite, fără consistența organizată a unui plan sau a unei strategii, prin atmosfera relaxată și liberă.

Abordarea pozitivă vizează atât nivelul interacțiunii propriu-zise („Vreau să mă întâlnesc cu tine. Întâlnirile noastre sunt întotdeauna o încântare pentru mine”), nivelul exprimării de sine („Îmi place să fiu cu tine”) și poziționarea față de celălalt („Ești un tip simpatic”).

Egalitatea are în vedere două aspecte. Primul se referă la egalitatea de statut dintre comunicatori: la nivelul comunicării interpersonale, partenerii ar trebui să beneficieze de un statut egal, altminteri interacțiunea fie pierde din eficiență, fie riscă să alunece către alte forme de comunicare sau să degenereze în „hibridi” comunicativi nedorți (ca atunci când într-o discuție dintre soți, unul îi „dictează” în mod constant celuiilalt ce trebuie să facă). Al doilea are în atenție volumul intervențiilor comunicative ale partenerilor: într-o secvență interpersonală eficientă, fiecare comunicator ar trebui să aibă o contribuție consistentă, iar contribuția lui să fie considerată ca atare și valorizată ca atare de partener, nu ironizată sau minimizată.

Perspectiva umanistă nu este însă singura abordare a problemei eficienței. Curentul behaviorist (numit de Joseph de Vito și *pragmatic*) propune, la rândul său, cinci calități care să descrie o comunicare eficientă:

- Încredere
- Caracter imediat
- Prezența managementului interacțiunii
- Expresivitate
- Orientarea către celălalt

Încrederea în partener este de cele mai multe ori elementul presupus sau de la sine înțeles atunci când ne gândim la secvențele de comunicare interpersonală. O relație bazată pe încredere este caracterizată de confortul comunicatorilor: cele două persoane se simt bine împreună, pur și simplu.

Caracterul imediat este ușor de observat: partenerii arată interes unul pentru celălalt, există o atracție reciprocă, și, în general, o predilecție pentru contactul direct. Autorul american notează că putem sesiza în acest caz acel sentiment de „împreună” caracteristic cuplurilor sudate.

Managementul interacțiunii are drept suport ideea că într-o secvență de comunicare interpersonală eficientă ambii comunicatori sunt interesați de confortul și de gradul de satisfacție al partenerilor. Astfel, chiar dacă este vorba despre un tip de comunicare în care regulile și protocoalele formale lasă loc ritualurilor subiective ale comunicatorilor și mai ales libertății de interacțiune, totuși apetența pentru control nu dispare: nu este vorba despre control în sensul unei diferențe de putere, ci într-un sens practic, al grijii pentru ca nici unul dintre parteneri să nu se simtă ignorat, ca fiecare comunicator să aibă o contribuție semnificativă la actul comunicațional, iar în final ca acest act să fie reușit. După de Vito⁹, manifestările observabile asociate managementului interacțiunii includ coerența dintre mesajele verbale și mesajele nonverbale – în general, există rare semnale contradictorii – , conversația este bine încheată, lipsesc pauzele deranjante.

Expresivitatea relevă o serie dintre trăsăturile puse în scenă de caracteristica *deschidere* analizată mai sus în cadrul perspectivei umaniste. Sunt prezente mesajele de asumare la persoana I, mesaje care atestă implicarea actorilor în jocul comunicării interpersonale, mimica este grăitoare, la fel și elementele de paralimbaj. Nivelul expresivității atins în cadrul comunicării interpersonale este poate unul dintre cele mai ridicate, dacă este să facem comparație cu alte specii de comunicare, mai ales cu cele caracterizate de un grad mai mare de formalizare.

Orientarea către celălalt trebuie să se manifeste atât în momentul când ne aflăm în postura de emitent, cât și în cel specific posturii de receptor. Ascultarea activă¹⁰ presupune confirmarea interesului pentru celălalt prin mesaje verbale precum „Da, într-adevăr, așa stau lucrurile”, „Am înțeles”, „Ai dreptate!”, „Urmăresc ce vrei să spui”, „Aha”, „Vasăzică așa...” etc. și prin mesaje nonverbale precum încuviințarea prin mișcarea capului, adoptarea unei posturi care să denote interesul, afișarea unui zâmbet încurajator. În poziția de emitent, trebuie să evităm ca intervențiile noastre să se transforme într-un discurs monologat, într-o prelegere pe care i-o ținem celuiilalt. De asemenea, contactul vizual constant este foarte important în transmiterea unui mesaj implicit celuiilalt: „Chiar dacă eu vorbesc acum, mă interesează în egală măsură reacțiile tale, vreau să le urmăresc și să răspund în consecință”.

2.2. Autorul american Steve Adubato¹¹ este preocupat, la rândul său, de studierea acelor atitudini și comportamente care pot crește eficiența comunicării interpersonale. Experiența de specialist în comunicare a lui Adubato (a fost inclusiv consilierul unor politicieni de marcă de peste ocean) îl determină să formuleze concluziile sale sub forma unor îndemnuri adresate partenerilor aflați într-o relație interpersonală. O parte din constatările sale pot fi extrapolate și utilizate în cadrul unui model mai general al comunicării (de pildă, un model care este interesat de relația dintre un emitent și un auditoriu oarecare).

- Fii mai onest și mai sincer (nepărtinitor)!
- Încearcă să devii un ascultător cât mai atent!
- Nu întrerupe!
- Încearcă o abordare mai înflăcărată (pasionată), care să atragă atenția!
- Încearcă să ajungi la punctul central al discursului cât mai repede, fără ocolișuri!
- Vorbește pe un ton cât mai „conversațional” (opus celui specific monologului sau prelegerii)!
- Fii clar!
- Fii conștient de contactul vizual!
- Fii conștient de valoarea maximei „Mai puțin înseamnă mai mult”!
- Fii conștient de importanța simplității în comunicarea interpersonală!

⁹ *Ibidem*, p. 164.

¹⁰ A se vedea Voncile Smith, “Listening”, în O. Hargie (ed.), *A Handbook of Communication Skills*, Croom Helm, London&Sydney, pp. 247-265.

¹¹ În lucrarea *Make the Connection: Improve Your Communication at Work and at Home*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey, London, 2005.

Ne permitem doar două scurte comentarii la această primă prestație a lui Adubato, referindu-ne la ultimele două maxime puse în scenă. În primul rând, „Mai puțin înseamnă mai mult”! (*Less is more!*) trimite la faptul că este mult mai eficientă și mai expresivă o potențare a numărului de mesaje și a conținutului lor decât un flux supraabundent și extraordinar de minuțios. Atunci când mesajul conține exact cât trebuie și ce trebuie pentru a atrage atenția interlocutorului și pentru a determina interesul și implicarea lui în secvența comunicațională, înseamnă că ne plasăm pe un palier potrivit al actului comunicațional, ferindu-ne astfel de pericolul expunerii receptorului la un număr prea mare de mesaje (sau la mesaje care conțin prea multe detalii) și de pericolul, oricând existent, al plictisirii interlocutorului. Comunicând mai puțin (dar esențial!), îl invităm în mod indirect pe partenerul nostru să devină activ și implicat, să renunțe la ipostaza de simplu spectator – ipostază extrem de puțin dezirabilă, de altfel, la nivelul comunicării interpersonale. În al doilea rând, urmarea maximei care ne recomandă căutarea simplității asigură secvenței comunicaționale un caracter firesc, natural, opus artificialității specifice mesajelor prea elaborate, eventual dinainte pregătite, care dau sentimentul de act de comunicare prefabricat și care îi îndepărtează (afectiv sau chiar fizic) pe partenerii noștri de interacțiunea propriu-zisă.

Adubato nu se mulțumește să ne propună sfaturile conținute în cele zece imperative formulate mai sus, ci propune câteva atitudini și comportamente concrete (care pot lua și forma unei strategii, în anumite situații) care să eficientizeze comunicarea interpersonală. În mod sintetic, acestea sunt:

- 1) Preferința pentru nota confesională – autodezvăluire.
- 2) Preferința pentru un singur mesaj, mai degrabă decât pentru o multitudine de mesaje; în acest caz, mesajul trebuie să fie *clar, concis, credibil*;
- 3) Mesajul trebuie privit precum o „ancoră” – atât în a) ideea captării atenției, cât și în b) încercarea de stabilire a unei relații;
- 4) Un bun comunicator își plasează întotdeauna în centrul discursului său mesajul principal;
- 5) Pentru a fi cât mai convingător, poți utiliza instrumente precum:
 - Exemplele ușor de înțeles;
 - Analogiile;
 - Repetițiile;
 - Pauzele;
 - Mișcarea amplă a mâinilor;
 - Întrebările retorice;

- Întrebările deschise;
- Strategia „Close the deal!”.

În cazul unui discurs (sau al prezentării unui material oarecare), autorul american consideră că trebuie avute în vedere următoarele elemente:

- 1) Trebuie respectate câteva condiții preliminare: *disciplină, editarea discursului, autocontrol* (introspecție);
- 2) Pentru o prezentare dinamică sunt necesare *planificarea, pregătirea, stăruința*;
- 3) În mod constant trebuie să încercăm să eliminăm efectul negativ (de obicei, de plictiseală) pe care îl are citirea unui text scris;
- 4) Există cinci întrebări obligatorii, fundamentale pe care trebuie să ni le punem și la care trebuie să încercăm să găsim un răspuns:
 - Ce pot să adaug față de materialul pregătit?
 - Ce experiență personală/profundă pot împărtăși audienței astfel încât mesajul să își atingă ținta?
 - Există vreun eveniment recent comun celor din grup, care i-ar face să se simtă mai implicați în prezentare?
 - Pot găsi vreo anecdotă sau vreun exemplu care să „dea viață” slide-urilor sau textului meu?
 - De ce sunt aici și fac această prezentare și ce mă îndreptățește să le cer celorlalți să stea să mă asculte?

- 5) Este adesea utilă valorificarea efectului de „bridging”.

Ne mărginim să comentăm doar cele cinci întrebări propuse de autorul american. În primul rând, atunci când prezentăm o temă în fața unui auditoriu trebuie să fim mereu pregătiți să adăugăm ceva față de materialul construit, trebuie să încercăm să avem un „as în mână”: fie că este vorba despre o întrebare din public sau o solicitare de detalii, fie că este vorba de umplerea unor „timpuri morți”, fie că dorim să venim cu ceva nou față de materialul pe care publicul s-ar putea deja să-l cunoască, în toate cazurile o rezervă conceptuală, de ilustrare, un „mit întemeietor” sau pur și simplu o anecdotă sunt utile. Comunicatorul profesionist a fost asemănat cu un acrobat care trebuie să se descurce în același timp cu mai multe sarcini dificile: îl putem compara în acest context cu un solist care la cererea publicului trebuie să ofere un *bis*, arătându-și în același timp valoarea și deschiderea față de publicul său.

În al doilea rând, mesajul este cu atât mai persuasiv cu cât el este dublat de o autodezvăluire potrivită a emitentului. Conceptele pot părea adeseori goale dacă nu sunt însoțite de ilustrări, de cazuri concrete. Însă dacă adăugăm și nota confesională, dacă

preferăm să exemplificăm printr-o situație sau întâmplare personală în locul unui caz citat în literatura de specialitate sau în locul unui exemplu neutru, atunci interesul publicului pentru tema, pentru materialul prezentat și chiar pentru vorbitor crește.

În al treilea rând, este recomandabil ca în prezentare să fie inclus un episod, un fapt, un eveniment, un obiect atitudinal sau epistemic comun celor din grupul căruia ne adresăm. Această strategie are menirea de a sublinia solidaritatea de grup și de a marca legătura simbolică dintre emitent și publicul său: din perspectivă ideală, vorbitorul poate fi perceput, în urma aplicării acestei strategii, ca făcând parte realmente din acel grup, ca fiind „unul dintre NOI”.

În al patrulea rând, este bine cunoscut faptul că anecdotele au meritul de a relaxa auditoriul și în același timp de a înlătura efectul de plictiseală pe care adeseori prezentările îl au. Dacă este bine spusă și bine aleasă, o anecdotă poate spori și prestigiul vorbitorului. Însă există un pericol care trebuie menționat aici, chiar dacă autorul american nu ni-l semnalează în mod direct. Alegerea unei anecdote trebuie să țină seama întotdeauna de *specificul publicului* și de *contextul comunicării*: trebuie să cunoaștem (în ordine ideală, cel puțin) în mare care sunt persoanele care ne ascultă și să ținem seama de elementele aflate în proximitate istorică, simbolică și chiar ideologică cu momentul și locul discursului nostru. Astfel, e nelalocul ei tratarea în manieră ironică, cinică sau umoristică a evenimentelor de la 11 septembrie atunci când în public se află văduvele unor pompieri care au murit în operațiunile de salvare de după atacul terorist.

În al cincilea rând, trebuie să oferim un răspuns în privința *legitimității* și a *oportunității discursului*. Legitimitatea ia o multitudine de forme în acest context (de la situațiile de *necesitate* – învățătorul este obligat să îi cheme pe părinți la cel puțin o ședință, profesorul este obligat să vină în fața elevilor și să le predea anumite conținuturi specifice, în virtutea unor contracte juridice și sociale și în virtutea unor legi – și până la situațiile de *acceptabilitate* – în societatea capitalistă este considerată acceptabilă prezentarea promoțională, pentru că în acest fel publicul poate fi informat în legătură cu calitățile unor produse sau servicii), și același lucru îl putem spune despre oportunitate. Limita restrictivă o dă răspunsul negativ la ambele dimensiuni: dacă vom considera că discursul pe care suntem pe cale să îl susținem nu este nici legitim, în nici o accepțiune, și nu prezintă nici un fel de oportunitate, atunci trebuie să renunțăm la el și să așteptăm circumstanțe mai favorabile. Este aproape redundant să precizăm că foarte puțini emitenți respectă această limită și că întâlnim adeseori producții semiotice inutile și

nelegitime, la fel de des cum se întâmplă și cu nerespectarea normelor unei discuții critice, argumentate.

Aplicații:

1) Autocontrolul este o componentă cheie în situațiile de management al interacțiunii. Descrieți și analizați trei situații de comunicare interpersonală în care autocontrolul dumneavoastră a determinat o creștere a eficienței în actul de comunicare, respectiv trei situații în care lipsa autocontrolului a produs un efect contrar.

2) Construiți o secvență de comunicare verbală în care să predomină atributele *abordare pozitivă*, *expresivitate* și *empatie*. Imaginați secvența ca un dialog între două persoane.

3) Construiți o prezentare pentru un produs sau serviciu care să nu respecte condiția editării discursului. Analizați efectele posibile în funcție de publicul pe care l-ați conceput.

3. Problema credibilității în comunicarea interpersonală?

Joseph de Vito¹², în anterior citatul *The Communication Handbook. A Dictionary*, definește credibilitatea ca pe o calitate a persuasiunii (capacității de a persuadea) care depinde de *percepția* pe care o audiență oarecare o are asupra caracterului moral al vorbitorului. În acest sens, credibilitatea nu este – neapărat! – o calitate reală, ci una percepută. Putem fi persoane reprobabile sub raport moral sau din perspectiva faptelor, dar totuși să avem un nivel decent al credibilității. Tema credibilității a cunoscut o dezvoltare serioasă în ultimele decenii, și ea acoperă interese de comunicare interpersonală, dar și de etică sau de management. În fapt, unul dintre cei care au aruncat mănua teoreticienilor credibilității a fost însuși Henry Ford, care a susținut la un moment dat teza conform căreia

„It is all one to me if a man comes from Sing Sing or Harvard. We hire a man, not his history.”

Este interesant de observat dacă mai putem accepta astăzi un astfel de punct de vedere extrem de relaxat. Dacă am prelua această viziune, înseamnă că am fi în stare să trecem ușor peste antecedentele sociale ale unei persoane sau peste antecedentele ei educaționale și ne-am concentra doar asupra calităților, aptitudinilor și disponibilităților sale din prezent. Putem oare ignora istoria acelei persoane cu o atare inocență? Gândirea recentă infirmă optimismul exprimat atât de plastic de Henry Ford. Din contră, credibilitatea unei persoane a devenit un element cheie în apreciere, fie că este vorba despre angajarea cuiva sau despre posibilitatea de a avea o relație interpersonală cu acea persoană.

Joseph de Vito vorbește despre trei tipuri de credibilitate, respectiv *inițială*, *derivată*, *finală*:

- Credibilitatea inițială se bazează pe reputația persoanei și pe ceea ce știm despre ea. Credibilitatea inițială reprezintă ceea ce credem/percepem/considerăm înainte ca un comunicator să interacționeze propriu-zis cu noi.

¹² Joseph de Vito, *op. cit.*, pp. 83-85.

- Credibilitatea derivată se formează în timpul conversațiilor/întâlnirilor. Apar autodezvăluiri din partea emitentului, dar se manifestă în același timp și comportamentul de observare din partea receptorului. Conform lui de Vito, importante sunt elementele legate de competență, caracter, charismă.
- Credibilitatea finală apare în urma combinării credibilității inițiale cu cea derivată, ea putând fi superioară celei inițiale ori, din contră, inferioară.
- Formula sintetică de exprimare a nivelului de credibilitate este, așadar, următoarea: Reputație (credibilitate inițială/extrinsecă) X Activități în timpul conversațiilor (credibilitate derivată/intrinsecă) = Credibilitate finală

Creșterea credibilității se poate produce prin prisma celor trei criterii deja anunțate (competență/caracter/charismă). În fiecare caz putem urmări cel mai bine concretizarea criteriilor observând recomandările specifice:

1. Competență:

- Povestește audienței despre experiența ta specială sau despre studiile pe care le-ai făcut, care te califică să vorbești pe un anumit subiect!
- Citează din sursele de cercetare!
- Scoate în relief competența surselor (în cazul în care audiența nu este conștientă de ele)!
- Demonstrează încredere în materialele pe care le utilizezi și în situația de comunicare în general!
- Demonstrează faptul că stăpânești limbajul!
- Nu atrage atenția asupra inadvertențelor din prezentare ori asupra lipsei anumitor cunoștințe!

2. Caracter:

- Pune în evidență onestitatea ta!
- Pune în evidență interesul pentru valori perene!
- Atrage atenția asupra similarității pe care o ai cu audiența (convingeri, atitudini, scopuri)!
- Demonstrează-ți consistența pe termen lung!
- Arată respect și curtoazie pentru audiență!
- Scoate clar în evidență faptul că ești interesat de binele audienței și nu îți urmărești pur și simplu interesul personal!

3. Charismă:

- Demonstrează o orientare pozitivă către situația în cauză și către întreaga întâlnire vorbitor-public!
- Fii asertiv!
- Fii entuziast!
- (Încearcă) să fii empatic!

4. Linii generale

- Dezvoltă-ți caracteristicile sus-menționate și ca om, nu doar ca și comunicator!
- Probează cele trei caracteristici încă din introducerea discursului tău!
- Fii moderat!
- Utilizează cât mai multe metode pentru a deveni credibil!

Recomandările lui de Vito sunt cu atât mai prețioase cu cât secolul XX este secolul conștientizării fenomenului de *lipsă a credibilității* („credibility gap”). Încă din anii '60 în Statele Unite ale Americii s-a constatat o scădere dramatică a încrederii oamenilor în politicieni și în instituțiile aferente. Însă câmpul politicului trebuie văzut mai degrabă ca un simptom decât ca o excepție: evenimentele din secolul XX (militare, politice, economice, religioase, culturale) au contribuit la o dezvrăjire accentuată a lumii și la o pierdere a încrederii în oameni și instituții. În același timp însă, schimbările industriale pe scară largă și contextul globalizării au determinat apariția unor noi interese și așteptări din partea cetățenilor, a consumatorilor, a autorităților publice și a investitorilor, nu în ultimul rând. Criteriile sociale (și credibilitatea este unul dintre ele) influențează din ce în ce mai mult deciziile de investiție ale indivizilor și instituțiilor. Concomitent cu interesul pentru credibilitate a crescut și interesul pentru transparentizarea mediului de afaceri, sarcină asumată de mass-media¹³, în primul rând. De altfel, o definiție recentă a încrederii subliniază foarte clar climatul în care ne plasăm: încrederea este bunăvoința de a fi vulnerabil la acțiunile unei alte părți bazată pe așteptarea conform căreia celălalt va îndeplini o acțiune particulară importantă pentru cel care acordă încrederea, fără însă să existe, din partea ultimului, vreo formă de control sau de monitorizare¹⁴. La rândul său, Stewart Lewis¹⁵ cercetează încrederea

¹³ R. C. Mayer, J. H. Doris, F. D. Schoorman, “An Integrative Model of Organizational Trust”, în *Academic Management Review*, 20 (3), 1995, pp. 709-734.

¹⁴ S. L. Jarvenpaa, T. R. Shaw, D. S. Staples, “Toward Contextualized Theories of Trust: The Role of Trust in Global Virtual Teams”, în *Information Systems Research*, 15 (3), septembrie 2004, pp. 250-267.

¹⁵ În articolul „Reputation and Corporate Responsibility”, în *Journal of Communication Management*, 7 (4), 2003, pp. 356-364.

(generală a indivizilor) în diferite profesii. Într-un studiu efectuat în Marea Britanie, pe 1972 de adulți, în februarie 2002, Lewis obține următoarele rezultate:

- Medici – 91% față de 6%
- Profesori - 85% față de 10%
- Cler - 80% față de 14%
- Oameni de știință - 64% față de 23%
- Polițiști - 59% față de 31%
- Lideri în domeniul afacerilor - 25% față de 62%
- Politicieni - 19% față de 73%
- Jurnaliști - 13% față de 79%.

Cel puțin la o privire rapidă, poate surprinde poziționarea extrem de slabă a liderilor din domeniul afacerilor și a jurnaliștilor, ocupanții ultimului loc (!), mai ales când ne gândim că misiunea centrală a jurnaliștilor este aceea de a informa corect publicul. Simpla asertare a sarcinii de bază a jurnaliștilor ne-ar determina să ne așteptăm la un grad mai mare de încredere. În cazul oamenilor de afaceri nu este atât de surprinzătoare neîncrederea în sine, cât scorul extrem de drastic, având în vedere faptul că liderii din acest domeniu constituie, în general, autorități în materie care sunt adesea chestionate în legătură cu evoluția economiei și a mediului de afaceri, funcționând adeseori și ca repere importante. Oamenii de știință și polițiștii înregistrează scoruri pozitive, cu precizarea că clerul este mai bine văzut decât comunitatea științifică, cel puțin prin prisma încrederii. Este interesant să se continue acest tip studiu (și chiar să fie repetat la intervale constante de timp) pentru a putea înregistra evoluțiile ulterioare.

Aplicații:

- 1) Comentați ideea lui Henry Ford folosindu-vă de experiența personală.
- 2) Descrieți și analizați o situație de comunicare în care credibilitatea finală a unei persoane a fost inferioară celei inițiale, respectiv o situație în care credibilitatea finală a fost superioară celei inițiale, în urma interacțiunii.
- 3) Identificați două recomandări legate de competență/caracter/charismă pe care le-ați urmat (de la sine, în mod „natural”) în interacțiunile dumneavoastră cu ceilalți, în încercarea de a deveni mai credibili. Adăugați o a treia recomandare, neconștientizată sau neutilizată până acum, și încercați să o puneți în practică. Observați efectele.

4. Liderii și comunicarea interpersonală

Problematica liderilor este intens discutată în studii de sociologie, economie, antropologie politică, psihologie sau retorică. Uneori, ne putem întreba legitimă: despre ce lideri discutăm? Vizăm „lideri de opinie” – așa cum au făcut-o Lazarsfeld, Berelson, Gaudet în celebra lor lucrare *The People's Choice* –, vizăm persoane cu statut social ridicat, „conducători” unor instituții publice/private importante/influente, avem în vedere „eroi” mediatici, vedete sau altceva? În toate aceste cazuri înregistrăm diferențe vizibile. Însă nu e mai puțin adevărat faptul că termenul *lider* a cunoscut o generalizare convenabilă, desemnând astăzi orice persoană care are o *influență socială semnificativă* (evident, în funcție de domeniul de activitate). Așa cum vom vedea mai jos, această accepție psihosocială cunoaște numeroase nuanțări pe terenul organizațional.

4. 1 O primă întrebare care ne preocupă este următoarea: ce așteptăm de la lideri? Mai exact, ce așteptăm în general și din punctul de vedere interpersonal. O precizare se impune aici: de obicei, marea majoritate a oamenilor nu au o relație interpersonală cu un lider, de altfel nici nu ar fi posibil așa ceva. Dimensiunea interpersonală trebuie să fie prezentă însă în atitudinile și comportamentele lor: cu cât transmiterea mesajelor lasă impresia unei apropieri de interlocutor care să fie asemenea celei specifice interacțiunilor interpersonale, cu atât șansa ca acel mesaj să fie considerat acceptabil sau chiar adevărat crește, la fel cum cresc și șansele liderului de a mai „câștiga” adepți¹⁶. Conform lui Steve Adubato, așteptările noastre legate de lideri includ:

- Fapte
- Un motiv pentru a spera
- Pasiune
- Orientare
- Claritate
- Concizie
- Capacitatea de a fi un „bun povestitor” („leaders are storytellers”).

¹⁶ Pentru o interesantă analiză a structurilor transiterii și pentru ilustrațiile alese a se vedea Régis Debray, *Curs de mediologie generală*, Editura Institutul European, Iași, f. a.

Adubato ne arată că, în același timp, liderii trebuie să acumuleze un portofoliu de succese concrete, succese care îi legitimează și îi fac credibili în fața comunităților, dar și să dea direcția de deplasare, de evoluție a comunităților pe care le conduc. De ei se leagă speranțe importante (la nivelul colectivităților, dar și individual), dar și așteptări privind determinarea și concizia decizională. Poate mai mult decât celelalte, capacitatea de a oferi sau a povesti *mituri întemeietoare* este considerată decisivă: liderul nu este doar un bun administrator al unor realități sau situații, ci ne furnizează acele elemente simbolice care constituie liantul social, care stau la baza diferitelor forme de solidaritate. Edgar Schein adaugă un ingredient nou față de lista lui Adubato: *posibilitatea de a controla schimbările culturale*. Diferența dintre o persoană oarecare și un lider este esențială pe acest palier: în timp ce persoana respectivă suferă transformări în concordanță cu deplasarea de accent cultural, liderul este cel care creează însăși paradigma culturală sau, la un nivel mai mic, o adaptează la o situație dată.

Psihologul român Mihaela Vlăsceanu se referă la aceste ultime calități utilizând o sintagmă foarte sugestivă: *spirit vizionar*. Liderul vede mai bine și mai departe decât noi toți: sesizează oportunitatea atunci când ea apare, observă pericolul chiar dacă el nu este încă prezent, imprimă direcția justă de continuare a drumului.

Conform unui raport al Stanford Research Institute, raportul dintre importanța cunoștințelor și a capacităților de a lucra/comunica cu oamenii este de 12,5 % la 87,5%. Pentru a fi lider și, în același timp, pentru a putea comunica eficient în relațiile interpersonale contează în primul rând atitudinea, aptitudinile și comportamentele specifice: desigur, nu trebuie să diminuăm importanța cunoștințelor, însă ele singure nu garantează succesul conducerii.

4.2 Ce poate fi făcut pentru a eficientiza comunicarea interpersonală în cazul liderilor?

Conform lui Lionel Crocker¹⁷, trebuie să parcurgem două etape: mai întâi este necesar să identificăm principalele surse de erori, iar apoi să adoptăm atitudini și comportamente potrivite. În ceea ce privește prima problemă, eliminarea barierelor comunicaționale este un scop primordial. Lista de mai jos sintetizează câteva dintre acestea:

- Atitudini greșite (superioritate/inferioritate, stil dictatorial-autoritar de conducere, atitudine indiferentă, atitudine necooperantă)
- Diferențele de personalitate;
- Erori în definirea/rezolvarea unei probleme

- Utilizarea greșită a cuvintelor (cuvinte echivoce, termeni relativi, termeni care introduc categorizări periculoase, abstracții, termeni incompleți etc.)
- Utilizarea defectuoasă a timpului.

Adoptarea unor atitudini și comportamente precum cele precizate în continuare sporește atât cantitativ, cât și calitativ, actele de comunicare reușită:

- Atitudine prietenoasă
- Atitudine interesată
- Comportament de ajutorare
- Atitudine interogativă
- Atitudine deschisă
- Credința în forța comunicării
- Combinarea prezentării directe a ideilor cu prezentarea indirectă
- „Gestionarea” pașnică a ideilor opuse.

Crocker insistă pe diferența fundamentală de atitudine și de implicare în relația de comunicare dintre un angajator și un angajat în primul caz (cel al erorilor) și în cel de-al doilea. Indiferența stă în contradicție cu atitudinea deschisă și interesată, stilul autoritar este deficitar, fiindu-i preferabil comportamentul cooperant și de ajutorare, iar superiorității dominante, dictatoriale i se substituie o atitudine prietenoasă și o deschidere către dialog, chiar atunci când există o opoziție la nivel ideatic. De altfel, Rensis Likert a subliniat de câteva decenii importanța tipului de management utilizat (*exploativ-autoritar, binevoitor-autoritar, consultativ, participativ*).

La rândul său, Steve Adubato observă că atitudinea relaxată, prietenoasă, dominată de spiritul de glumă poate fi o soluție, dar există cazuri când un lider trebuie să își asume responsabilitatea, ceea ce presupune:

- a) căutarea celor mai bune oportunități de a lua decizii dure astfel încât să fie clar pentru membrii unei organizații oarecare că statutul de lider este mai important decât statutul de persoană plăcută de toată lumea;
- b) stabilirea clară a scopurilor, obiectivelor, și coordonarea deciziilor plecând de la acest punct;
- c) păstrarea socializării în situații specifice;
- d) critica/evaluarea angajaților trebuie să fie onestă și constructivă, indiferent de relația anterioară;

¹⁷ În „The Employer as a Communicator”, *Journal of Communication*, 6(4), 1956, pp. 162-166.

De asemenea, autorul american insistă încă o dată asupra importanței foarte mari a imaginii în perioada actuală; un caz extrem este ilustrat de Scott Orr, care propune următorul joc de cuvinte foarte inspirat : „White Teeth Can Lead to the White House”. Liderii sunt selectați dintre persoanele charismatice, dintre persoanele cu o statură morală, dar și fizică, care este impunătoare. Însă importanța imaginii nu trebuie să evite conștientizarea faptului că liderii importanți nu trebuie să fie întotdeauna în „lumina reflectoarelor”. În egală măsură contează *delegarea responsabilității*, demonstrarea încrederii față de parteneri și față de disponibilitatea și abilitățile lor. Nu e mai puțin adevărat că a ști să delegi responsabilitatea înseamnă a lucra mai eficient.

4.3 Mielu Zlate¹⁸ vorbește despre accepțiuni psihosociale ale conducerii și despre accepțiuni psihoorganizaționale ale conducerii. Din punctul de vedere al accepțiunii psihosociale, noțiunea cheie este cea de *influență socială*. De exemplu, R. Tannenbaum, J. Weschler, F. Massarik (1961) defineau leadershipul în următorul fel: „Conducerea este influența interpersonală exercitată într-o situație definită și dirijată, grație proceselor de comunicare, spre atingerea unui scop sau a unor scopuri determinate”. T. Newcomb și colaboratorii lui au stabilit următoarea definiție: „Conducerea este o relație de roluri facilitatoare” – a conduce presupune ușurarea atingerii scopurilor unui grup și concentrarea energiilor liderului către atingerea respectivelor scopuri. Astfel, o contribuție a unui lider este valoroasă atât timp cât duce la o creștere a eficacității celorlalți. Alți autori pun accentul doar pe componenta de influențare – care poate sau nu să fie îndreptată către scopurile organizației – avută în vedere pentru atingerea scopului (care poate fi și individual). Din această perspectivă, contează relațiile dintre persoane, structurările care survin (formale, informale) și, până la urmă, grupul însuși (cu toate fenomenele sale specifice).

Accepțiunea psihoorganizațională conturează o sferă mai amplă pentru conceptul de leadership. În cadrul acestei sfere au început să intre, pe lângă tradiționalul concept de influență, și alte elemente. Zlate notează faptul că Douglas McGregor (1969) este poate autorul care a determinat o evoluție importantă în teoretizarea conceptului de leadership din perspectivă psihoorganizațională. El a considerat conducerea pe fundalul conceptului de comportament, dar în același timp a luat în calcul itemi care nu țin doar de activitatea, manifestările și psihologia liderului. Pentru McGregor, pe lângă trăsăturile de personalitate ale liderului, sunt importante atât trăsăturile de personalitate ale subordonaților (inclusiv scopurile lor), cât și natura organizației și mediul social, economic sau politic. Numai ținând cont de toți acești factori putem vorbi despre o

descriere fidelă a ceea ce se întâmplă în realitate în procesul conducerii. Plecând de la deschiderea lui McGregor, tot mai mulți factori au fost introduși în cadrul modelelor de analiză: putere, gestionare a contingenței, element situațional, dimensiune cognitivă – liderul ca procesator de informație – , stil. Mielu Zlate propune el însuși un model descriptiv, pe care îl intitulează continuumul conducerii. Acest model este caracterizat de prezența unei tensiuni constante între doi poli, tensiune căreia procesul de conducere și conducătorul trebuie să îi facă față, astfel, conducerea se află între tendințele extreme stipulate mai jos:

- Schimbare, progres, inovare –imobilă, staționară, reproductivă
- Anticipare a ceea ce urmează–adaptare pasivă la ceea ce s-a întâmplat deja
- Orientare spre cauze–orientare spre simptome sau efecte
- Dominată de activism și inițiativă–dominată de inerție și inflexibilitate
- Axată pe responsabilizarea membrilor–axată pe constrângerea comportamentului membrilor
- Proactivă–Reactivă

Zlate notează că în ultimele decenii, analiza leadershipului nu s-a mai axat pur și simplu pe persoana și comportamentul liderului, ci a ținut de la bun început în direcția *liderului eficient*.

Fără a intra în prea multe detalii, să observăm că o sistematizare a teoriilor conducerii ne pune în ipostaza de a conștientiza încă o dată complexitatea fenomenului studiat. Zlate¹⁹ încearcă să îmbine criteriul logic și criteriul istoric pentru a forma un tablou sintetic, util asupra teoriilor dezvoltate:

- 1) Teorii personologice: teoria conducerii charismatice, teoria trăsăturilor;
- 2) Teorii comportamentiste: teoria celor două dimensiuni comportamentale, teoriile continuumului comportamental;
- 3) Teorii situaționale primare: teoria supunerii față de legea situației;
- 4) Teorii ale contingenței: teoria favorabilității situației de conducere, teoria maturității subordonaților;
- 5) Teorii cognitive: teoria normativă a luării deciziei, teoria „cale-scop”, teoria atribuirii;
- 6) Teorii ale interacțiunii sociale: teoria legăturilor diadice-verticale, teoria conducerii tranzacționale.

¹⁸ În lucrarea *Leadership și management*, Editura Polirom, Iași, 2004.

¹⁹ *Ibidem*, p. 33.

R. Folk, de pildă (în Zlate, p. 41), enumeră trăsăturile pe care un *lider industrial* ar trebui să le aibă: abilitatea gândirii, cunoștințe tehnice corespunzătoare domeniului de activitate, integritate, perspicacitate și inițiativă, comunicativitate, inteligență, entuziasm.

Teoria celor două dimensiuni comportamentale a fost elaborată în cadrul Universității din Ohio în anii '50. Cele două dimensiuni sunt:

- Considerația (C) are în vedere comportamentele conducătorului care afectează relațiile interpersonale (încredere, grijă, respect, motivație suficientă etc.)
- Structura (S) (inițiativa structurării) cuprinde acele comportamente care au în vedere scopurile organizației. Îndeplinirea scopurilor ia forma stabilirii activităților, a programelor, a rolurilor, a echipelor de muncă, a procedurilor concrete de lucru etc.

Scorurile pot fi combinate; situația ideală e aceea în care liderul ia note mari și la C, și la S.

Rensis Likert (Școala de la Michigan) este plasat de Mielu Zlate în categoria continuumului comportamental, deși alții îl plasează în general în categoria stilurilor de conducere²⁰. Cele două abordări sunt complementare, în sensul că plecând de la o discuție despre comportament, Likert finalizează analiza prin determinarea a patru categorii de stiluri de conducere. Aceste stiluri sunt *exploatare-autoritar* (puterea este exercitată de sus în jos, comunicarea este slabă, apar sancțiuni pozitive și negative, productivitatea este slabă), *binevoitor-autoritar* (asemănător cu primul, există unele înlesniri legate de consultare și de delegarea responsabilității și autorității, apare fluctuația forței de muncă, productivitate medie), *consultativ* (consultarea angajaților este centrală atât pentru stabilirea obiectivelor, cât și pentru stabilirea deciziilor, comunicarea se face în ambele sensuri, există, evident, spirit de echipă, acești factori determină o bună productivitate), *participativ* (este considerat ideal de către Likert și colaboratorii săi, participarea determină angajament, o comunicare amplă, o satisfacere a nevoilor angajaților, cauze pentru o foarte bună productivitate). Parcurgând distanța dintre stiluri, parcurgem și distanța, după Likert, dintre productivitate slabă și productivitate bună și foarte bună.

Henry Mintzberg vorbește despre roluri pe care conducătorii trebuie să le îndeplinească. El desprinde trei mari categorii: *roluri interpersonale*, *roluri informaționale*, *roluri decizionale*.

²⁰ De exemplu, Ștefan Stanciu și Mihaela Ionescu, *Cultură și comportament organizațional*, Editura Comunicare.ro, București, 2005.

5. Eul și percepția în cadrul comunicării interpersonale

5.1 Ce este eul? Cum ne putem defini? Sunt interogații care ne urmăresc probabil în cea mai mare parte a existenței noastre. Problema identității este, ea însăși, atât de complexă încât a devenit un câmp de cercetare de sine stătător, care valorifică interdisciplinar contribuții din cele mai diverse. Noi ne propunem în această secțiune să discutăm doar esențialul temei în context interpersonal, vrem să punem câteva jaloane importante pe un teren, încă o dată, extrem de vast și de complex.

Un prim răspuns ni-l oferă Ronald B. Adler și Neil Towne²¹ în manualul lor de comunicare interpersonală. După ei, eul cuprinde elemente precum:

- Dispoziții și sentimente;
- Aspectul și condiția fizică;
- Caracteristicile sociale;
- Talente pe care le ai sau care îți lipsesc;
- Capacitatea intelectuală;
- Convingerile ferme;
- Rolurile sociale.

După cum se observă, cei doi autori văd eul ca pe un „creuzet alchimic” ce conține „substanțe” dintre cele mai diferite. Lista lor e sugestivă, dar cu siguranță că ar mai putea fi dezvoltată. Iată un simplu exemplu: *stima de sine*. Este un element definitoriu pentru eu, și totuși cei doi autori nu aleg să-l trateze separat. Trebuie să reținem însă faptul că printre caracteristicile eului regăsim atât atribute psihologice cât și (psiho)sociale, inclusiv pe direcția absenței unor calități: nu este important doar ceea ce avem, ce suntem, ci și ceea ce nu avem, ceea ce ne lipsește și este fundamental tocmai prin această lipsă. De exemplu, lipsa unor abilități de comunicare poate deveni cheia înțelegerii unei personalități și a relațiilor sale sociale, inclusiv a celor interpersonale.

Conform lui B. Aubrey Fisher²² trebuie să facem o distincție între *eul intern* și *eul extern*; în comunicare, în general, și în relațiile cu ceilalți „facem inferențe despre eul

²¹ În *Lookind Out/Looking In. Interpersonal Communication*, 4th edition, Holt, Rinehart & Winston, New York, 1984.

²² Lucrarea vizată este *Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relationships*, Random House, New York, 1987.

intern pe baza elementelor observabile oferite de către eul extern”²³. Eul trebuie gândit ca și coincidență a mai multor procese psihologice, ireductibile la unul singur. În acest sens, se poate spune că ceea ce se întâmplă în interiorul individului *nu* este comunicare interpersonală, ci psihologie, dar ceea ce se întâmplă *afectează* comunicarea interpersonală.

5.2. Discuția despre eu alunecă inevitabil către cercetarea *conceptului de sine*, mai ales că această sintagmă este preferată în numeroase studii de comunicare și a obținut o anumită autoritate, dar și un grad de autonomie. Teza pe care o vom regăsi în lucrările de comunicare interpersonală este următoarea: *conceptul de sine este determinat de cei din jurul nostru* - ne judecăm pe noi înșine după modul în care ne văd pe noi alții. Practic, secvențele de comunicare în care intrăm sunt tot atâtea episoade în care conceptul de sine este pus la încercare, este testat și, în majoritatea cazurilor, este modificat, transformat. Relațiile interpersonale au și acest rol, respectiv de a verifica validitatea inferențelor noastre despre propria persoană, de a verifica acuratețea cunoașterii de sine și flexibilitatea în ceea ce privește schimbarea.

Dintre caracteristicile conceptului de sine, Ronald B. Adler și Neil Towne le selectează pe următoarele:

- Nu este obiectiv (poate fi bazat pe informații care nu mai sunt de actualitate/de multe ori rezultă în urma unui feed-back care nu este onest/este determinat de așteptările impuse de societate;
- Are tendința de a rezista/a se opune schimbării;
- Cu cât este mai flexibil, cu atât este mai „sănătos” pentru noi.

Pentru B. Aubrey Fisher, el este dat de:

- Atributele personale;
- Atributele sociale (vorăreț, extrovertit, prietenos, empatic, etc.);
- Rolurile sociale;
- Reprezintă, de fapt, o simplificare, întrucât vorbim despre mai multe euri („multiple selves”).

Așa cum se observă, Adler și Towne atrag încă de la început atenția asupra caracterului său subiectiv, *perceput* și asupra tendinței naturale de rezistență la schimbare. Fisher remarcă pe bună dreptate că delimitările teoretice pierd uneori latura dinamică a eului, dimensiune care este, după toate probabilitățile, cea mai fidelă expresie a ceea ce se întâmplă în realitate.

²³ *Ibidem*, p. 107.

Dacă ar fi să avem în vedere câteva aspecte ale dinamicii eului, atunci ar trebuie să ne referim cel puțin la următoarele aspecte:

- Conștiința (conștientizarea) de sine (nivel care are în vedere conceptul de sine, stima de sine, eul reflexiv – a se vedea circularitatea relației dintre stima înaltă de sine și comportamentul asertiv –, eul social (G.H. Mead));
- Autodezvăluirea. Sunt relevante în acest sens modelul ferestrei Johari, (ce cuprinde *eul deschis*, *eul orb*, *eul ascuns*, *eul necunoscut*), *teoria penetrării sociale* (care vrea să dea seama de aprofundarea relațiilor), norma reciprocității (efectul diadic), fenomenul „străinul-din-tren”.
- Comportamentul eului (ce poate lua forme precum *ostilitatea autistă*, *profeția care se autoîmplinește*, *autoprotecția* etc.).

Schimbarea conceptului de sine poate surveni (faptul că am avut o proastă imagine despre noi în trecut nu trebuie să constituie o constantă a comportamentului nostru, nu trebuie să menținem și în viitor o astfel de imagine) și survine adeseori. Ea presupune:

- Așteptări realiste;
- O percepție cât mai realistă a propriei persoane;
- Voința de a te schimba;
- Abilitățile de a te schimba (de exemplu, abilitatea de a căuta și urmări modele).

5.3 Aplicație: profeția care se autoîmplinește

Acest fenomen survine datorită așteptărilor noastre: un eveniment se produce deoarece așa anticipăm că vor sta lucrurile, mai degrabă decât pentru că au existat circumstanțe exterioare favorabile producerii aceluși eveniment. Altfel spus, „profețiile care se autoîmplinesc sunt predicții care ajung să se realizeze tocmai pentru că lumea se așteaptă la asta”²⁴. Conform autorilor Ronald B. Adler și Neil Towne, el poate lua două forme: a) atunci când propriile tale așteptări îți influențează comportamentul; b) atunci când așteptările unei persoane influențează acțiunile alteia. Cazul cel mai celebru este redat de R. Rosenthal, L. Jacobson²⁵ – schimbarea în așteptările profesorilor a produs o schimbare în performanța intelectuală a copiilor aleși întâmplător. Acest fenomen atestă

²⁴ Mihai Dinu, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura ALL, București, 2004, p. 55.

²⁵ Cartea lor, cu un titlu extrem de inspirat de altfel, este *Pygmalion in the Classroom*, Holt, Rinehart & Winston, New York, 1968.

importanța pe care o au propriile noastre credințe în evoluția/permanența noastră socială.

Încercați să vă amintiți dacă vi s-a întâmplat vreodată un fenomen asemănător (fie în varianta a), fie în varianta b). Analizați situația de comunicare specifică și raportul dintre rezultatul obținut în secvența dominată de fenomenul profeției care se autoîndeplinește și rezultatele obținute în alte secvențe de comunicare în care fenomenul nu s-a manifestat. Încercați să identificați o situație în care prezența fenomenului a avut un efect pozitiv și o situație în care efectul a fost negativ.

5.4 Atunci când se pune problema complexității fenomenului perceptiv, B. Aubrey Fisher consideră că atunci când comunicăm cu o altă persoană, procesul intrapersonal presupune cel puțin trei niveluri care se asociază cu eurile care survin în comunicarea interpersonală (mai precis, eul meu, eul celuilalt, perspectiva celuilalt asupra eului meu): *cum mă văd eu, cum îl văd pe celălalt, cum văd eu perspectiva celuilalt despre mine* (percepție, metapercepție, metametapercepție).

Conform lui B. Aubrey Fisher, cunoașterea obținută prin intermediul percepției este doar o reflectare a realității, fiind prin urmare, failibilă²⁶; pe de altă parte, cunoașterea pe care o obținem pe calea percepției este vie, personală, acceptată ca fiind adevărată (de multe ori în mod necritic). Următoarele caracteristici ne arată mai clar caracterul *aparent* al cunoașterii perceptive:

- Percepția este experiențială;
- Percepția este (și *trebuie* să fie) selectivă;
- Percepția este inferențială (inferențe bazate pe informații incomplete, în cvasitotalitatea situațiilor);
- Percepția este inexactă;
- Percepția este evaluativă;
- Percepția presupune atribuirea unor semnificații pe baza unui set psihologic de răspunsuri format în urma experiențelor anterioare (de exemplu, *efectul de halo*).

Pentru Ronald B. Adler și Neil Towne, percepția depinde de motivele pe care le avem atunci când intrăm în interacțiunile comunicative (de exemplu, selectarea informațiilor din mediul înconjurător, modalitățile de a-i percepe pe ceilalți sau de a percepe propriul nostru eu). Fenomenul perceptiv are o însemnată componentă interpretativă (interpretăm, de obicei, pe baza experienței/lor trecute, a asumpțiilor în legătură cu comportamentul uman, a cunoștințelor noastre, a așteptărilor ori a

²⁶ Pentru o analiză a factorilor care determină acuratețea percepției, a se vedea Mihai Dinu, *op. cit.*, pp. 57-60.

dispozițiilor personale etc.). În același timp, în cadrul fenomenului perceptiv constatăm o tendință spre *organizare*, în sensul (re)aranjării datelor într-un fel care să aibă sens pentru noi. Nu trebuie neglijate nici influențele exercitate de proprietățile fiziologice sau de factorii intrinseci psihologici, nici influențele ce survin din direcția rolurilor sociale ori din direcția *diferențelor culturale*. Conform autorilor invocați, fiecare om percepe lumea într-o modalitate *unică*, rezultată tocmai din îmbinarea factorilor amintiți.

Percepția a fost înțeleasă și prin intermediul teoriei *reducerii incertitudinii*. În calitate de proces cognitiv, percepția reprezintă o cale de acces la semnificații (pentru adepții teoriei, ajungerea la o semnificație nu constă în procesul descoperirii, ci în cel de reducere a multitudinii de semnificații potențiale la un număr controlabil). Pentru B. Aubrey Fisher însă, „percepția personală trece dincolo de procesul de reducere a incertitudinii și de cel al comparării sociale, deplasându-se către zona inferențelor perceptuale despre relațiile potențiale pe care le ai sau le vei avea cu persoana respectivă”²⁷. Un comunicator eficient trebuie să joace jocul percepției personale, fiind conștient că tot ceea ce intră în acest proces al ghicirii și inclusiv procesul însuși este subminat de spectrul inexactității.

5.5 Exprimarea de sine

Pentru Towne și Adler, există câteva beneficii clare atunci când ne exprimăm emoțiile:

- Învățăm mai mult despre alții;
- Ceilalți ne înțeleg mai bine;
- Relațiile pe care le avem vor fi mai puternice și mai profunde;
- Vom fi mai sănătoși din punct de vedere fizic și mental;
- Ne vom simți mai eliberați și mai puternici.

Sterilitatea emoțională derivă de obicei din:

- Modalitatea în care am fost formați (educați);
- Îndeplinirea rolurilor sociale (ele în general limitează exprimarea emoțiilor);
- Incapacitatea de a recunoaște propriile emoții (insuficienta conștientizare);
- Frica de autodezvăluire.

Putem vorbi despre un dublu caracter al emoțiilor (care survine în funcție de *intensitate* și de *durată*): fie sunt facilitative (de ușurare, de eliberare), fie, din contră, sunt extenuante, obositoare. A. Ellis, în lucrarea²⁸ sa *A New Guide to Rational Living*, vorbește despre importanța interpretării în procesul exprimării emoțiilor: un același

²⁷ B. Aubrey Fisher, *op. cit.*, p. 161.

eveniment care se petrece poate „activa” reacții diferite pentru același comunicator, în funcție de mai mulți factori, printre care *gândurile* sau *credințele* pe care le avem în legătură cu evenimentul dat.

Pentru M. A. Deschamps „exprimarea emoțiilor este un fapt cultural, iar conduita lacrimilor este un mod de comunicare socială. Acestea fac parte din limbaj ca semnale de comunicare și sunt extrem de codificate”²⁹.

A. Ellis reliefează câteva erori pe care le putem comite atunci când ne exprimăm pe noi înșine („traectoria” pe care o construim este de obicei următoarea: Vorbim cu noi înșine→Acceptăm o serie de credințe iraționale→Tragem concluzii ilogice→Trăim emoții extenuante, negative):

- Eroarea perfecțiunii;
- Eroarea aprobării;
- Eroarea lui „trebuie”;
- Eroarea generalizării pripite (ca ilustrări, atunci când nu am suficiente probe sau îmi exagerez neajunsurile);
- Eroarea falsei cauze;
- Eroarea „destinului”;
- Eroarea eșecului catastrofic.

Strategiile pentru a ne simți mai bine includ:

- Monitorizarea reacțiilor noastre emoționale;
- Observarea (și analizarea) evenimentului care le-a cauzat;
- Înregistrarea momentelor când vorbim cu noi înșine;
- Criticarea propriilor credințe iraționale.

Împărtășirea sentimentelor presupune:

- Recunoașterea lor;
- Distingerea între sentimente primare și sentimente secundare;
- Recunoașterea diferenței dintre un simțământ autentic și o „scenă”;
- Alegerea celui mai bun context spațio-temporal pentru exprimarea de sine;
- Acceptarea responsabilității pentru trăirile noastre;
- Autodezvăluirea lor clară.

²⁸ A. Ellis, *A New Guide to Rational Living*, North Hollywood, CA: Wilshire Books, 1977.

²⁹ Apud Doina Mihaela Popa, *Relația de comunicare interpersonală. Contribuții la o tipologie discursivă*, Ed. Junimea Iași, 2005, p. 152.

5.6 Apărarea eului

Pentru Towne și Adler, atitudinea defensivă înseamnă fie tentația de „a fugi” de o anumită situație tensionată și deranjantă, fie tentația de „a sta și a lupta”. Distingând între *eul public* și cel *privat*, cei doi autori consideră că atitudinea defensivă se manifestă de obicei în legătură cu eul public³⁰.

Mecanismele de apărare pe care le utilizăm cuprind:

- Raționalizarea;
- Compensarea;
- *Formarea* reacțiilor;
- Identificarea;
- Evadarea în fantezii;
- Refularea;
- Dependența sau regresia;
- Izolarea emoțională și apatia;
- Deplasarea;
- „Aplanarea”;
- Agresiunea verbală.

După cum se observă, dispunem de un întreg arsenal de mecanisme de apărare. Eficiența lor ține atât de contextul comunicării cât mai ales de structura psihică a comunicatorilor. Adeseori, aceste mecanisme sunt puse în mișcare tocmai pentru a evita apariția conflictelor. Însă nu este mai puțin adevărat că apelând la anumite strategii și evitând conflictele mai mult pierdem decât câștigăm: izolarea emoțională și apatia sau deplasarea sunt mai puțin dezirabile decât o confruntare directă, onestă, civilizată. Conflictele sunt evenimente firești, nu sunt dezastre relaționale sau catastrofe emoționale, cel puțin nu în mod automat. Tocmai acesta este motivul pentru care am ales să ne ocupăm, în secțiunea următoare, de câteva dintre articulațiile conflictelor.

Aplicații:

- 1) (Mark Redmond) Identificați două trăsături ale personalității dumneavoastră, mai exact două calități pe care le considerați ca făcând parte din conceptul de sine al dumneavoastră. Analizați apoi modalitatea în care aceste calități influențează, pe de o parte, relațiile cu străinii (atunci când interacționați pentru prima dată cu ei), iar pe de altă parte relațiile cu persoanele apropiate.

³⁰ Autorii citează ca ilustrare un emoționant fragment autobiografic al lui George Orwell.

- 2) (Mark Redmond) Identificați două trăsături de personalitate care determină o scădere a stimei de sine. Imaginați o modalitate prin care să compensați sau să eliminați efectul negativ al acelor trăsături astfel încât nivelul stimei de sine să revină la normal.
- 3) Există vreun mecanism de apărare a eului citat în text pe care dumneavoastră să-l fi utilizat într-o secvență concretă de comunicare? Dați detalii în cazul unui răspuns pozitiv.
- 4) *Eroarea destinului* este adeseori invocată în comunicare. Indicați trei motive pentru care ar trebui să nu o mai comitem.
- 5) Identificați o situație în care sterilitatea emoțională are ca factor determinant modalitatea în care am fost educați.
- 6) Indicați trei așteptări pe care le considerați, la o analiză sumară, ca fiind nerealiste și două așteptări realiste legate de conceptul dumneavoastră de sine.
- 7) Descrieți o situație în care procesul de autodezvăluire a dus la o mai bună manifestare, respectiv împărtășire a sentimentelor partenerului dumneavoastră dintr-o relație romantică.

6. Conflictul interpersonal

6.1. Potrivit lui Charles Watkins³¹, un conflict se caracterizează prin:

- Existența a cel puțin două părți care pot să invoce, în mod reciproc, sancțiuni;
- Existența, de obicei, a unui obiectiv comun, dar care nu poate fi obținut în condițiile date;
- Fiecare parte implicată într-un conflict are cel puțin patru tipuri de acțiune la dispoziție: să atingă scopul dorit de parteneri, să încheie conflictul, să invoce sancțiuni împotriva oponentului, să comunice cu oponentul;
- Părțile pot avea sisteme valorice sau perceptive diferite;
- Fiecare parte are resurse care pot fi crescute sau diminuate prin implementarea acțiunilor;
- Conflictul se încheie atunci când fiecare dintre părți consideră că „a pierdut” sau „a câștigat” sau consideră că a continua conflictul presupune costuri mai mari decât a-l încheia.

B. Aubrey Fisher crede că, în ultimă instanță, comunicarea este, în structura sa profundă, o relație negociată (care presupune negocierea):

- Comunicarea interpersonală este un amestec de cooperare și competiție, de aspecte comune și diversitate;
- Comunicarea interpersonală presupune existența unui acord (viitor) asupra unor înțelegeri sau contracte potențiale;
- Fiecare participant aduce în cadrul comunicării interpersonale *eul* ca „obiect” principal al negocierii care are loc în decursul procesului de comunicare³²;
- Comunicarea interpersonală presupune o „înțelegere” interacțională care poate sau nu să includă toate ofertele participanților cu privire la propriile euri.

Autorul propune o interpretare a relației de comunicare interpersonală prin prisma a două axe majore (*Individualism-Comuniune*, respectiv *Integrare-Dezintegrare*), care creează patru tipuri posibile de construire tranzacțională a relației. Axa *Individualism-Comuniune* reflectă evoluția relației, iar axa *Integrare-Dezintegrare* includerea eului în

³¹ Apud Stephen Littlejohn, *Theories of Human Communication*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1989 (1983), p. 192.

³² Pentru o perspectivă tranzacțională a se vedea, de pildă, Alain Cardon, Vincent Lenhardt, Pierre Nicolas, *Analiza tranzacțională*, Editura Codecs, București, 2002.

relația respectivă. În acest context, se poate înțelege mai ușor modalitatea în care conflictele survin în relațiile interpersonale.

Ronald B. Adler și Neil Towne consideră că *naturalitatea* conflictului este suficient de evidentă pentru a mai căuta explicații suplimentare. Conflictul este o parte semnificativă a oricărei relații importante; dacă însă, la limită, nu putem evita apariția conflictului, totuși putem schimba/învăța modalitățile de a-l aborda. Mark Redmond evidențiază, plecând de la studiile de specialitate, trei tipuri de dificultăți care pot surveni în cadrul unei relații: evenimente ratate (eșecuri), nemulțumiri (plângeri), conflicte. Fiecare dintre ele poate dăuna sau chiar distruge o relație, însă conflictul „reprezintă” de obicei cumulara și adâncirea unor stări negative dintr-o relație, deși există și conflicte care pot apărea brusc.

6.2. Ronald B. Adler și Neil Towne încearcă să ipostazieze câteva tipuri (stiluri) de a purta un conflict. Stilurile *non-asertiv*, *direct-agresiv*, *indirect-agresiv* și *asertiv* li se par celor doi autori a fi cele mai semnificative și mai des întâlnite. Pentru a le caracteriza, Ronald B. Adler și Neil Towne pun în joc următoarele categorii: *abordarea pe care o am față de celălalt*, *modalitatea de a lua deciziile*, *independența*, *comportamentul în situațiile problematice*, *răspunsul celui alt*, *modalitatea de a obține succesul*. Cei doi autori propun și un exercițiu aplicativ, care cuprinde 1) Descrierea conflictului (Cum a fost?, Cu cine a fost?, Despre ce a fost? 2) Cum am abordat acel conflict (Ce-am spus? Cum m-am comportat? etc.) 3) Rezultatele (Cum m-am simțit eu? Cum s-au simțit ceilalți? Sunt mulțumit de rezultat?) și care ne poate ajuta în procesul de auto-conștientizare și auto-cunoaștere.

Rezolvarea conflictelor ia, de foarte multe ori, forma evitării recunoașterii/continuării/efortului de a le rezolva. Cele mai multe strategii pe care le elaborăm sunt menite să ascundă sau să manipuleze realitatea conflictului, mai degrabă decât să o abordeze frontal. Îndeosebi adepții stilului indirect-agresiv utilizează o multitudine de strategii de acest tip, dintre care Ronald B. Adler și Neil Towne le amintesc pe cele de pseudo-acomodare, învinovățire, schimbare a subiectului, distragere, analiză a caracterului, întindere de capcane, refulare, exercitare a unei forme de tiranie simplă, ridiculizare, „lovire sub centură”, exercitare a unei forme de tiranie contractuală, retenție nejustificată etc.). C. Berryman-Fink și C. Brunner, în articolul intitulat „The Effects of Sex of Source and Target on Interpersonal Conflict Management Styles”³³ nu fac o distincție între pseudorezolvare și rezolvare și vorbesc,

³³ În Mark Redmond, *Interpersonal Communication. Readings in Theory and Research*, Hartcourt Brace College Publishers, Fort Worth, Philadelphia, 1995, pp. 396-402.

pur și simplu, de cinci stiluri de management al conflictului, numite evitare, acomodare, competiție, compromis și colaborare.

Dacă totuși se preferă o abordare directă a conflictului, atunci suntem în una din situațiile următoare:

- Câștig-Pierdere (Această situație presupune de obicei exercitarea unei forme de *putere* – fie ea fizică, de seducție, intelectuală – și se soldează cu insatisfacția uneia dintre părți. Există foarte multe ocurențe comunicative în care ea nu poate fi evitată (de exemplu, gestiunea banilor într-o familie).
- Pierdere-Pierdere (Ambii parteneri pot fi nemulțumiți în final, pentru că nu s-a ajuns la conlucrarea într-o găsimă a unei soluții mutual eficiente. În această clasă sunt incluse *compromisul* sau *războiul*).
- Fără Pierdere (Presupune atingerea scopului fără ca vreo persoană implicată să piardă ceva esențial. Ronald B. Adler și Neil Towne consideră că această abordare înseamnă efortul de identificare a unei soluții creative (această soluție este uneori unică). Orientarea spre problemă și încercarea de a o rezolva îi obligă pe comunicatori la parcurgerea următoarelor etape: a) Identificarea problemei și a nevoilor nesatisfăcute; b) Stabilirea unui cadru propice discuțiilor (dată, accesibilitate, disponibilitate etc.); c) Descrierea punctului de vedere propriu și a nevoilor personale – punctată, eventual, de *mijloace* și *scopuri*; d) Verificarea înțelegerii pe care partenerul o are asupra celor împărtășite – evitarea interpretărilor greșite; e) Solicitarea punctului de vedere și a nevoilor partenerului; f) Verificarea propriei înțelegeri; g) Negocierea soluției; h) Urmărirea soluției (Nu putem fi siguri că o soluție funcționează până nu încercăm!).

Comunicatorii care devin persoane dificile în cadrul desfășurării unui conflict formează o tipologie interesantă cu zece categorii în analiza întreprinsă de Ana Stoica-Constantin³⁴. Aceste zece categorii (denumite sugestiv de Brinkman și Kirschner *Tancul*, *Perfidul*, *Grenada*, *Atoateștiutorul*, *Atoateștiutorul închipuit*, *Serviabilul*, *Nehotărâtul*, *Taciturnul*, *Negativistul*, *Jeluitorul*) de persoane trebuie abordate în mod specific dacă se urmărește o rezolvare *reală* a conflictului. Nu există o strategie unică care să funcționeze pentru toți. Altminteri, există riscul recăderii în strategiile „nesănătoase” și ineficiente amintite de Adler și Towne. Mihai Dinu se apropie foarte mult de clasificarea autorilor americani propunând, la rândul său, un decalog:

³⁴ În monografia extrem de utilă *Conflictul interpersonal. Prevenire, rezolvare și diminuarea efectelor*, Editura Polirom, Iași, 2004, pp. 98-114.

- Evitarea
- Non-negocierea
- Redefinirea
- Recurgerea la forță
- Minimalizarea
- Blamul
- Amuțirea preopinentului
- Gunnysacking
- Manipularea
- Respingerea personală.

Aplicații:

- 1) Descrieți o situație de comunicare în care ați propus nu o rezolvare, ci o pseudo-rezolvare a conflictului.
- 2) Descrieți și analizați două secvențe conflictuale de tip pierdere-pierdere și una de tip câștig-câștig în care ați fost implicați.
- 3) Imaginați o situație de conflict interpersonal și încercați să propuneți o soluție urmând cei opt pași sugerați de Adler și Towne.

7. Aspecte ale dinamicii relaționării în comunicarea interpersonală

7.1 O definiție de lucru

Relațiile interpersonale pot fi definite drept acele raporturi sociale dintre doi (cazul tipic pentru comunicarea interpersonală) sau mai mulți oameni caracterizate, în general, de „utilizarea minimă a etichetelor stereotipe, de existența unor reguli [...] unice și idiosincratice și de un grad înalt de schimb informațional”³⁵. În general, relațiile interpersonale se desfășoară între oameni aflați într-o proximitate spațială („față-în față”), care pot schimba între ei mesaje verbale și non-verbale. Spre deosebire de alte forme de comunicare care se instituie în funcție de distanțele sociale, comunicarea interpersonală se diferențiază prin accentul pus pe individualitățile unice ale comunicatorilor (incluzând aici aspectele psihologice cunoscute precum caracterul, personalitatea, temperamentul sau aptitudinile) și nu pe rolurile sociale pe care ei le joacă³⁶. Așa cum remarcă mai mulți autori (Verderber, Wilson), comunicarea interpersonală este în mod primordial caracterizată de procesul negocierii și creării semnificațiilor, astfel încât relațiile interpersonale, ca specie privilegiată, preiau această determinare.

Însă efortul de definire a relațiilor interpersonale nu este foarte întâlnit în literatură. Cercetătorii fie îl folosesc liber, mizând pe forța sa intuitivă, fie adoptă strategia de a-l considera termen primitiv pornind de la care definesc apoi o serie de alți termeni. Așa procedează de pildă Joseph DeVito care consideră că o comunicare este interpersonală atunci când ea se desfășoară „între două persoane care au o relație”³⁷. În același sens vine și observația lui G. Miller care remarcă prezența unei clase distincte de definiții relaționale date comunicării interpersonale, alături de definițiile componentiale

³⁵ Ronald Adler, Neil Towne, *Looking Out/Looking In. Interpersonal Communication*, 4th edition, Holt, Rinehart & Winston, 1984, New York, p. 426.

³⁶ Deși aceste roluri influențează adesea dinamica relațiilor, ele nu contează ca element identificator pentru ele.

³⁷ Joseph DeVito, *Messages: Building Interpersonal Communication Skills*, Harper & Row, New York, 1993, p. 7 *apud* Mark Redmond, *Interpersonal Communication. Readings in Theory and Research*, Hartcourt Brace College Publishers, Fort Worth, Philadelphia, 1995, p. 3.

și cele progresive (care, așa cum am amintit în prima secțiune, subliniază înaintarea dinspre direcția formalului către informal).

7.2 O tipologie a relațiilor interpersonale?

Nu găsim în literatura de specialitate una sau mai multe tipologii definitive pentru relațiile interpersonale. Există două motive pentru acest lucru, ambele destul de întemeiate. În primul rând, este foarte greu de indus o tipologie acolo unde, în principiu, nu putem limita numărul de combinații diadice posibile. Mai mult, relațiile interpersonale cunosc un joc al atribuirilor destul de complicat, astfel încât chiar dacă cercetătorul se află în exteriorul fenomenului, totuși el trebuie să țină seama de opiniile și autodezvăluirile subiecților, care au adeseori o complexitate remarcabilă, greu de redus la un număr fix de categorii. În plus, există și o dezvoltare istorică, în sensul că în timp apar nuanțe relaționale care pun și mai multă presiune pe sistemele teoretice. Nu mai puțin relevantă este contingenta manifestărilor relaționale: putem distinge, dacă vrem, între o dimensiune afectivă și una cognitivă a unei relații, însă se știe foarte bine că această diferențiere este una pur didactică, în practică ele manifestându-se de obicei în forma unei mixturi. În al doilea rând, dezvoltarea studiului comunicării interpersonale a arătat o însemnată apetență a autorilor pentru cercetarea unor fenomene particulare. Baza cercetării o constituie tocmai articolele în care ipotezele de lucru sunt, de obicei³⁸, destul de bine îngustate pentru a asigura un caracter cât mai controlabil al cercetării și rezultate cu un grad înalt de validitate. De aceea, distincțiile și diferențierile conceptuale care se fac au în general un caracter operațional și local. Să luăm două exemple. Distincția *relații interpersonale voluntare/relații interpersonale involuntare* este utilizată³⁹ pentru a examina comportamentele de distanțare. Ea este utilă în acest context de interes. Însă dacă am privi cazurile pe care autorul le are în vedere, am observa imediat că această distincție nu se supune unei logici tari. O parte din situațiile caracterizate ca involuntare sunt fie consecințe (care, la rigoare, puteau fi evitate) ale unor alegeri preliminare (ca în exemplele cu socrii sau cu șefii la serviciu), fie situații neplăcute care decurg dintr-un anumit cadraj situațional, în orice caz, situații în care comunicatorul avea posibilitatea de a interveni. Putea, în mod voluntar, să aleagă să nu

³⁸ Excepție fac lucrările situate la intersecția dintre domenii și câmpuri de cercetare, ca de pildă în cazul lui David A Morand, „Politeness as a Universal Variable in Cross-Cultural Managerial Communication”, în *International Journal of Organizational Analysis*, volumul 3, nr. 4 (octombrie), pp. 52-74.

³⁹ De exemplu, Jon A. Hess, „Maintaining Nonvoluntary Relationships with Disliked Partners: An Investigation into the Use of Distancing Behaviours”, în *Human Communication Research*, volumul 26, nr. 3, 2000, pp. 458-488.

urmeze un anumit curs al interacțiunii. În mod asemănător stau lucrurile și cu distincția, destul de uzitată, dintre *relații apropiate* („close relationships”) și *relații îndepărtate* („distant relationships”). În cadrul relațiilor apropiate intră relațiile părinți-copii, relațiile maritale, relațiile de cuplu, prietenii puternice. Însă este ușor de observat că și în acest caz distincția este guvernată de o logică fuzzy: există relații de prietenie care se plasează undeva la mijlocul distanței imaginare pe care dihotomia o propune, în timp ce alteori asistăm la o trecere bruscă de la relații îndepărtate (simpla colegialitate) la relații apropiate (cuplu). O astfel de logică fuzzy este de regăsit de pildă la Glen Stamp⁴⁰. El încearcă să construiască un model calitativ pentru comunicarea interpersonală luând în calcul conceptele cele mai importante care apar în literatura domeniului. Prin reducere succesivă ajunge la 17 categorii pe care le folosește pentru a construi modelul. Raporturile logice dintre aceste categorii nu sunt însă exclusive. Apar, de pildă, categorii precum *relații apropiate*, *efecte interpersonale*, *interacțiune inițială*, *dezvoltare relațională*. Este ușor de remarcat că între aceste concepte există numeroase legături: dezvoltarea relațională și interacțiunea inițială sunt considerate, de obicei, faze ale evoluției unei relații, cu precădere a unei relații apropiate, fiecare dintre aceste faze fiind caracterizată prin apariția anumitor efecte intrapersonale și interpersonale. Și totuși Stamp le consideră categorii independente.

În afara operării acestor distincții cu caracter local, o altă practică întâlnită este descrierea cu ajutorul mănunchiurilor conceptuale („cluster description”)⁴¹. Însă ceea ce se descrie, de cele mai multe ori, este nu o tipologie a relațiilor interpersonale, ci o serie de comportamente corespunzătoare care joacă rolul de simptom pentru un anumit tip de relație sau pentru o fază prin care ea trece. E aproape de prisos să mai spunem că și în această situație funcționează un energic vector pragmatic. Aceasta este cauza principală pentru care studiul relațiilor interpersonale este dominat de o asimetrie profundă: relațiile apropiate ocupă marea majoritate a studiilor, iar dintre ele cele mai multe interese au vizat relațiile de cuplu (fie maritale, fie nu) și de iubire romantică. În ultimele decenii constatăm totuși o nuanțare și o lărgire a spectrului de interes și cercetare care să compenseze această asimetrie (de exemplu, comunicarea familială investighează și alte aspecte decât cel menționat, câștigându-și, în timp, o formă de independență). Observațiile din această secțiune au întărit, probabil, încă o dată o idee fundamentală: relațiile sunt procese dinamice.

⁴⁰ Glen Stamp, „A Qualitatively Constructed Interpersonal Communication Model. A Grounded Theory Analysis”, în *Human Communication Research*, volumul 25, nr. 4, 1999, pp. 531-547.

7.3 O explicație a structurării relațiilor

Suntem în punctul în care presupuzițiile metateoretice și teoretice își manifestă din plin influența. Problema structurării relațiilor cunoaște atât o dimensiune de psihologie individuală, cât și, în mod evident, una de psihologie socială. Aceste dimensiuni sunt explicate plecând tocmai de la acele presupuziții (fie foarte generale – ca în cazul metateoriilor – fie specifice, ca în cazul teoriilor), care asigură și unitatea explicativă. Knapp și Vangelisti⁴², de exemplu, optează pentru un model simetric structurare-destructurare. Atât structurarea relațiilor, cât și destructurarea lor parcurge niște etape delimitate conceptual și caracterizate prin anumite comportamente verbale și non-verbale. Simetria este vizibilă încă o dată: există cinci etape ale structurării relaționale și cinci etape ale destructurării. Pentru că acest model este cunoscut, mă limitez la a reaminti doar etapele stabilite de Knapp și Vangelisti. În cazul structurării sau creării, avem:

- Inițiere
- Tatonare
- Intensificare
- Integrare
- Unire

În cazul destructurării, apar:

- Diferențierea
- Limitarea
- Stagnarea
- Evitarea
- Încetarea

Cei doi autori preferă descrierea simetrică de acest tip mai clasicei dezvoltări inițiere-desfășurare-finalizare (terminare). În schimb, B. Aubrey Fisher⁴³ uzează de această schemă clasică pentru a propune o imagine consistentă asupra relațiilor interpersonale. Fisher scrie de pe pozițiile pragmatismului, ca teorie socială, cu influențe decisive din Școala de la Palo Alto.

⁴¹ Așa cum se întâmplă în cazul articolului lui Jon Hess, citat anterior la nota 36.

⁴² M. Knapp, A. Vangelisti, „Stages Of Coming Together And Coming Apart”, în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 57-77.

⁴³ B. Aubrey Fisher, *Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relationships*, Random House, New York, 1987.

Pentru autorul american, una dintre dificultățile esențiale care survine atunci când se încearcă ipostazierea specificului și înțelegerea relațiilor interpersonale apare în momentul asumării unui anumit model al raportului (raporturilor) complexe *eu↔relație↔celălalt*. Potrivit lui B. Aubrey Fisher, se manifestă un efect dual, adeseori antagonic, între *individualizare* și *socializare*: „fiecare dintre noi vrea să își mențină o identitate de sine și, în același timp, să participe într-o relație care presupune riscul redefinirii identității de sine”⁴⁴. Autorul american consideră - și acceptă ca premisă - legea psihologică a *incluzerii parțiale* (o relație nu cere și nici nu ar putea să ceară întregul eu al participanților); aceasta ar putea fi înțeleasă în termeni de *investiție* (referința lui B. Aubrey Fisher este la comportamente și acțiuni comunicative, însă cred că nimic nu ne-ar putea împiedica să vorbim și despre influența elementelor cognitive și afective, măcar drept factori motivaționali). Acceptarea acestei idei are ca și consecință faptul că, la limită, putem măsura implicarea eului unei persoane oarecare prin observarea cantitativă și calitativă a comportamentelor comunicative cu care acea persoană contribuie la relație. Accentul, în această interpretare, cade asupra eforturilor conștiente ale comunicatorilor și pe posibilitatea lor de a *controla*, în afara unor comportamente obligatorii, mărimea și intensitatea acțiunilor întreprinse de ei înșiși, cu alte cuvinte de a controla gradul și maniera de implicare.

Atunci când ne punem problema structurării relațiilor, trebuie să avem în vedere în primul rând următoarele cinci idei generale:

- Relațiile sunt create (ele nu se *întâmplă* pur și simplu);
- Relațiile sunt construite prin intermediul acțiunilor;
- Relațiile sunt în continuă transformare;
- Relațiile au întotdeauna consecințe;
- Relațiile sunt calitative. Calitatea relațiilor poate fi măsurată în termeni de *performanță, apropiere și relevanță*.

Fisher consideră că putem judeca atributul calității interacțiunilor interpersonale prin *caracteristici primare* și *caracteristici secundare*;

1. Caracteristicile primare includ:

- Discontinuitate - elementul care i se pare cel mai provocator lui B. Aubrey Fisher este faptul că de multe ori relațiile „continuă să prospere în timpul perioadelor de non-interacțiune, astfel încât atunci când interacțiunea apare din nou, partenerii reiau relația din punctul în care ea se oprise” (p. 203);

⁴⁴ *Ibidem*, p. 195.

- Sincronie;
- Recurență;
- Reciprocitate.

2. Caracteristicile secundare sunt:

- Intensitatea (îndeobște se spune că puterea unei relații indică gradul de intensitate – cu cât între parteneri există o legătură mai puternică, cu atât relația este mai intensă);
- Intimitate – relevă apropierea dintre comunicatori;
- Încredere;
- Angajament – relevă gradul de implicare în relația respectivă.

Din punctul de vedere al negocierii relațiilor interpersonale, B. Aubrey Fisher și Școala de la Palo Alto, în genere, atrag atenția asupra importanței climatului de *cooperare/competiție* în care relațiile pot exista, asupra dialecticii *riscuri/obligații*, respectiv *unitate/diversitate* (două sau mai multe persoane rămân „ele însele” dincolo de relația la care iau parte), precum și asupra faptului, fundamental în opinia mea, că elementul principal care face obiectul „negocierii” îl constituie chiar eurile comunicatorilor. Eul constituie așadar în multe situații și în mod neparadoxal începutul, „moneda de schimb”, dar și finalitatea unei relații. Această tranzacționare a eurilor ne aduce pe teritoriul comunicării ca relație negociată.

Comunicarea ca relație negociată presupune aspecte *informaționale* și aspecte *relaționale*. Aspectele relaționale îmbracă, de obicei, una dintre următoarele forme:

- Cazul *Eul-ca-Obiect* (în această situație eul este definit/descris în raport cu un anumit obiect/subiect al discuției purtate de către interlocutori; este evident că un același obiect al discuției poate genera experiențe diferite;
- Cazul *Eul-drept-Celălalt* (interlocutorii au în atenție experiența unuia dintre ei și se implică amândoi în această problemă);
- Cazul *Eul-ca-Relație* (cele două euri sunt interconectate, concentrarea fiind în acest caz pe experiența comună a celor doi interlocutori care fac, realizează ceva împreună⁴⁵).

Strategiile utilizate în comunicarea interpersonală de către agenți se pot înscrie astfel într-unul dintre cele trei câmpuri descrise anterior; ca ilustrare, B. Aubrey Fisher se referă la *oferirea de explicații* și la *menținerea propriei poziții* ca strategii specifice atunci când orientarea este către propriul eu, respectiv la *câștigarea acordului* sau/și la

strategii de infirmare/confirmare atunci când orientarea este către celălalt. Putem intra, ca exemplificare, în interiorul ultimelor două tipuri de strategii menționate.

1. Strategiile de confirmare includ:

A. Manifestarea respectului (răspunsuri serioase la comentariile celuilalt, concentrarea atenției când celălalt comunică);

B. Manifestarea implicării (menținerea contactului vizual, menținerea apropierii fizice, utilizarea unui limbaj personal care cuprinde exprimarea sentimentelor, trăirilor);

C. Acceptarea comunicării (propensiunea spre dialog, așteptarea rândului pentru a lua cuvântul, intervenția prin comentarii *relevante*);

D. Acceptarea celeilalte persoane (exprimarea unor laude sau a acordului, atât prin mijloace verbale, cât și non-verbale, utilizarea unor mesaje *clare și complete*).

2. Strategiile de infirmare cuprind:

A. Manifestarea indifferenței (tăcere, refuzul de a răspunde, lipsa atenției);

B. Neimplicarea (evitarea contactului vizual și a celui tactil, utilizarea comportamentelor de distanțare, utilizarea unui limbaj impersonal care nu redă sentimentele, trăirile);

C. Respingerea comunicării (propensiunea spre monolog, întreruperea constantă a celuilalt, intervenția prin comentarii lipsite de relevanță);

D. Descalificarea celeilalte persoane (incoerență între mesajele verbale și cele non-verbale, exprimarea unor mesaje neclare, voit incomplete, insultele etc.).

7.4 Fazele evoluției unei relații

Așa cum observam mai sus, modelul clasic al urmăririi evoluției relaționale cuprinde trei etape centrale, anume *inițiere* (interacțiune inițială), *desfășurare* (dezvoltare) și *finalizare* (terminare). Mulți autori fac precizarea importantă că primele două etape sunt obligatorii, în timp ce ultima, deși extrem de des întâlnită, poate să lipsească. Chiar dacă uneori faza inițierii este extrem de scurtă prin comparație cu cea a desfășurării, ea este totuși prezentă. În replică, există relații care nu se termină niciodată (ele sunt de regăsit mai ales pe terenul relațiilor apropiate – relații de prietenie, relații parentale, relații de cuplu); se acreditează până și ideea că uneori, chiar în lipsa unor interacțiuni constante și a schimbului intens de informații, o serie de relații continuă să existe. Alți autori evidențiază importanța *ritualurilor de încheiere*: de multe ori subiecții relațiilor care nu mai funcționează optim și care nu mai păstrează atributele specifice

(proximitate, volum de schimb informațional, contact, implicare etc.) declară că se simt „încă prinși” pentru că nu a existat o finalizare adecvată.

7.4.1. Inițierea

Interacțiunea inițială este caracterizată de Fisher în primul rând prin conceptul de management al impresiei, mai exact management al primelor impresii. Importanța primei impresii în constituirea unei relații interpersonale constituie un subiect controversat (mai cu seamă cât de mult contează ea). Însă dacă excludem rezultatele extreme (care vorbesc de stabilirea aproape instantanee a posibilităților relaționale – minute sau secunde), rămânem cu ideea fundamentată empiric conform căreia un subiect vrea ca impresia pe care o produce în ochii celuilalt să fie cât mai *favorabilă*, iar impresia sa despre celălalt să fie cât mai *acurată*. Autorul american identifică trei elemente centrale care contează în cadrul managementului impresiei: *așteptările*, *atractivitatea fizică* și *similaritatea*.

În general, se consideră că așteptările sunt determinante mai ales în primele faze ale interacțiunii inițiale. Există trei clase principale de așteptări care își manifestă energia în reglarea primelor impresii. Este vorba despre așteptările legate de situația de comunicare, așteptările legate de scopurile proprii și, bineînțeles, așteptările privind cealaltă persoană. Așteptările situaționale acoperă o clasă foarte mare de fenomene, de la cadrul fizic propriu-zis până la circumstanțele sociale în care interacțiunea are loc. Așteptările legate de cealaltă persoană sunt traduse de obicei într-o „teorie implicită a personalității”. Această teorie poate suporta grade diferite de construcție în funcție de mai mulți factori (interesele subiectului, înclinațiile sale, gradul de educație, informațiile despre celălalt deja cunoscute), însă cazul întâlnit cel mai des și luat spre analiză în literatura de specialitate este cel în care această teorie implicită se manifestă prin categorizarea dialectică *lucruri care îmi plac/lucruri care nu-mi plac*. Psihologii au observat că noi introducem criterii specifice atât pentru ceea ce ne place cât și pentru ceea ce nu ne place. Cercetătoarea Miriam Rodin, de exemplu, a observat că în cazul atributelor negative folosim două seturi de criterii prin intermediul cărora operăm excluderi în clasa potențialilor parteneri relaționali. Aceste criterii sunt fie legate de ceea ce nu ne place („dislike criteria”), fie de ceea ce ne lasă indiferenți sau nepăsători („disregard criteria”). Primele criterii vizează, propriu-zis, ceea ce nu ne place, iar dacă cineva satisface aceste criterii, șansele de a avea o relație interpersonală sunt minimale. De obicei, nici nu interacționăm prea des cu aceste persoane, evităm chiar și simplele

formule de politețe sau conversația pe teme de suprafață („small talk”). În cazul al doilea, șansele de relaționare rămân, de asemenea, la un nivel foarte redus, în schimb suntem dispuși să comunicăm la nivelul formal, convențional. Rodin a observat că uneori comunicatorii sunt dispuși chiar să depășească acest nivel, să fie eleganți și plini de curtoazie cu semenii care îi lasă indiferenți din punct de vedere relațional. Numărul de persoane care satisfac criteriile secunde este cu mult mai mare decât cel în cazul primelor: majoritatea oamenilor ne lasă indiferenți, doar o minoritate destul de restrânsă cu care intrăm în contact ne provoacă un sentiment de neplăcere sau chiar repulsie. Aceste două seturi de criterii sunt foarte importante deoarece ele funcționează ca niște *filtre* care diminuează, restrâng posibilitățile relaționale doar la cele care realmente contează pentru noi. Așteptările care au legătură cu propriile scopuri răspund, așa cum era de presupus, la întrebările „Ce înseamnă această relație pentru mine?” și „Ce câștig intrând în această relație?”. Putem da multe exemple în acest sens; Fisher se referă la diferențele dintre comunicatorii care își asumă riscuri, cei care au tendința de a se aventura în multe relații și comunicatorii care preferă să „joace la siguranță”, mai ales dacă răspunsul la cea doua întrebare nu este foarte promițător.

Atractivitatea fizică joacă un rol important în structurarea relațiilor interpersonale. Nu este vorba doar despre relațiile de cuplu sau de iubire romantică, cum ar putea părea la prima vedere. S-a demonstrat destul de convingător⁴⁶ că atractivitatea contează *în general* în relațiile sociale, influența ei regăsindu-se până și în cazul proceselor juridice sau în stereotipul arătat încă o dată de cercetările empirice „cine este frumos este și bun”. Însă dificultățile teoretice de explicare a ceea ce înseamnă a fi atractiv nu au fost întrutotul depășite: se știe că adeseori nu contează atât trăsăturile statice de pe fața unei persoane, de exemplu, cât modalitatea dinamică de a le pune în valoare, se știe că zâmbetul atrage de mai multe ori atribuirea de „atractiv” decât o față neutră sau tristă, la fel de bine cum se cunoaște și faptul care nu mai pare acum deloc surprinzător că standardele de frumusețe sunt condiționate cultural și chiar istoric.

Similaritatea pare a fi un factor încă mai important decât atractivitatea atunci când discutăm despre primele impresii. Theodor Newcomb mai întâi și apoi Donn Byrne și colaboratorii lor au studiat similaritatea în general și relațiile dintre similaritate și atractivitate. În psihologia socială, paradigma similarității rămâne cea centrală, iar modelul complementarității este *challenger*-ul care deocamdată nu a răsturnat

⁴⁶ A se vedea partea dedicată atracției interpersonale din lucrarea lui Ștefan Boncu, *Procese interpersonale*, Editura Institutul European, Iași, 2005, pp. 9-72.

aprecierile. Michael Sunnafrank⁴⁷ și tandemul Robert Bell și John Daly⁴⁸ au confirmat importanța similarității în procesul de relaționare.

Managementul impresiei nu se rezumă însă la cele trei elemente analizate pe scurt. Noile tehnologii pun la dispoziția comunicatorilor instrumente concrete și eficiente în această direcție. Studii recente au arătat că oamenii utilizează din ce în ce mai mult posibilitățile puse la îndemână de tehnologie pentru a manageria informațiile despre sine considerate importante și relația acestor informații cu scopurile și așteptările aferente. Deși definițiile clasice ale comunicării interpersonale pun accentul pe faptul că ne aflăm într-o zonă a comunicării nemediate, evoluțiile sociale din ultimele decenii au arătat o schimbare. Apariția internetului, de pildă, a facilitat medierea relațiilor interpersonale și transformarea sa din simplu canal în instrument al managementului impresiei. Patrick O'Sullivan⁴⁹ constată în concluziile cercetării sale faptul că „oamenii pot utiliza tehnologiile comunicaționale pentru a regla informațiile relevante despre ei înșiși astfel încât să minimizeze costurile și să maximizeze câștigurile. Consistente cu modelul managementului impresiei, preferințele pentru un anumit canal variază în funcție de amenințarea sau de susținerea percepută față de prezentarea de sine”⁵⁰.

O a doua dimensiune importantă ce ține de faza inițierii o constituie capacitatea și disponibilitatea oamenilor de a urma reguli. Fisher remarcă un fapt simplu: atunci când avem dubii în legătură cu ceea ce trebuie să facem, atunci cel mai bine este să urmăm seturile de reguli standardizate, convenționale într-o anumită comunitate. O discuție interesantă ar fi de purtat în jurul următoarei întrebări: de câte tipuri sunt aceste reguli? Însă Fisher nu ne ajută aici în nici un fel. El se limitează la a menționa două seturi principale: regulile de *politețe* și cele specifice *conversației*, în principal regula „rândului la cuvânt” (inclusiv mecanismele de reparație, respectiv de alocare a timpului de vorbire). Alegerile sale însă, chiar dacă pot părea minimale, sunt întemeiate. Politețea, de exemplu, se relevă a fi o variabilă cvasi-universală în comunicare⁵¹, în timp ce insistența asupra regulilor conversaționale este normală întrucât interacțiunea inițială este caracterizată printr-o pondere majoritară a comunicării verbale.

⁴⁷ Michael Sunnafrank, „A Communication-Based Perspective on Attitude Similarity and Interpersonal Attraction in Early Acquaintance”, în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 128-135.

⁴⁸ Robert Bell și John Daly, „The Affinity-Seeking Function of Communication”, în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 156-177.

⁴⁹ Patrick O'Sullivan, „What You Don't Know Won't Hurt Me: Impression Management Functions of Communication Channels in Relationships”, în *Human Communication Research*, volumul 26, nr. 3, 2000, pp. 403-431.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 422.

⁵¹ Așa cum argumentează, de pildă, David Morand în „Politeness as a Universal Variable in Cross-cultural Managerial Communication”, în *The International Journal of Organizational Analysis*, volumul 3, numărul 4, 1995, pp. 52-74.

Regulile sunt adesea codificate în ritualuri, definite de Goffman drept acte convenționale prin care o persoană își arată respectul și considerația față de un obiect sau față de o persoană de o valoare ridicată („ultimate value”). Respectul poate fi manifestat direct sau indirect, față de un anumit obiect care stă drept înlocuitor, de exemplu ritualurile de venerare a crucii. *Ritualurile de salut* (întâmpinare) derivă în mod logic din regulile de politețe. Ele includ manifestări verbale și nonverbale (înclinarea capului, zâmbetul, contact tactil – cel mai comun, strângerea mâinilor, sărutul pe obraz sau pe gură) și sunt condiționate cultural. Deși nu este neapărat necesar, să luăm un exemplu de manifestare verbală:

- „Salut!”
- „Salut!”
- „Cum îți mai merge?”
- „Binișor. Încerc să-mi termin licența. Ție?”
- „Bine. Tre’ să mă duc la un curs plictisitor...”

Ritualurile situaționale sunt foarte variate, de la cele specifice locului de muncă până la cele ceremoniale. Ritualurile ceremoniale includ nu doar ceremoniile standardizate, oficiale, religioase etc., ci chiar fragmente de viață obișnuită, în care însă comunicatorii își asumă anumite roluri: ajutarea unei persoane în vârstă să își aranjeze sacoșele într-un mijloc de transport în comun aglomerat acompaniată de cedarea locului reprezintă o astfel de situație, rolurile simbolice fiind *Cel ce ajută/Cel ajutat*. O ultimă precizare în acest loc: de obicei, performarea ritualurilor diferă în funcție de gradul de cunoaștere al interlocutorului.

Conversațiile de suprafață („small talk”) sunt privite de multe ori cu reticență sau chiar cu dispreț, dar în mod nemeritat. Ele îndeplinesc cel puțin trei roluri importante: evită starea de tăcere stânjenitoare, „sparg gheața” dintre interlocutori, prin tipul de subiecte abordate pregătesc trecerea către conversațiile mai profunde, către schimbul de informații relevante. În general, ele iau forma a) interacțiunii de tip interviu – a întreba și a răspunde la întrebări; b) discutării subiectelor sigure – care nu prezintă riscuri; c) schimb de informație generală, demografică; d) discuției pe teme foarte variate, dar neaprofundate. Conversațiile de suprafață sunt în general analizate în termeni de *scenarii* („scripts”). Este posibil ca o astfel de formă de comunicare să fie într-atât de comună și de previzibilă încât să semene perfect cu un scenariu dramatic sau de film foarte riguros – așa se întâmplă, de altfel, în majoritatea cazurilor cu ritualurile de întâmpinare. Însă în alte situații comunicatorii trebuie să improvizeze pornind de la liniile generale pe care li le oferă regulile și ritualurile. După cum se poate ușor bănui,

există scenarii „bune” și scenarii „proaste”. Semnul distinctiv este caracterul natural, familiar: dacă secvențele de comunicare decurg ușor și natural, există premise pentru dezvoltarea pe mai departe a secvenței, respectiv a relației. Scenariile proaste au de obicei un caracter forțat sau par ciudate pentru interlocutori. Iată un exemplu:

- „Nu-i așa că sunt frumos?”
- „Poftim!?”
- „Da, eu. Ee, ce părere ai?”
- „Nu te cunosc!”
- „Dar mă vei cunoaște. Toată lumea care intră în contact cu mine sfârșește prin a mă admira.”
- „Nu mă mir. La cât ești de modest...”

Există posibilitatea teoretică conform căreia și un scenariu prost poate reuși, dacă sunt îndeplinite anumite condiții (similaritatea în „ciudățenie”, de pildă), însă în general este respinsă.

În fine, un ultim element îl reprezintă *sesizarea oportunității*. Conversațiile de suprafață cu scenariile lor sunt extrem de utile, dar ele nu asigură trecerea la următoarea fază. Așa cum remarca cercetătoarea Suzanne Kurth, dezvoltarea relației presupune trecerea de la ceea ce este impus la ceea ce este voluntar. În alți termeni, presupune trecerea de la siguranță la risc. Această mișcare – pentru care nu există rețete – este înlesnită de existența unui scop comun: dacă cele două persoane sunt ghidate, în interacțiunea lor, de un scop comun, atunci principiul carității intervine, de obicei, și compensează erorile de comunicare.

7.4.2. Desfășurarea

Leslie Baxter, într-un studiu⁵² dedicat procesului de formare și dezvoltare a relațiilor interpersonale, remarcă faptul că fenomenul comunicării este central în acest sens și că ar fi o eroare să vedem formarea și dezvoltarea relațiilor doar ca pe un efect al factorilor psihologici și sociologici. Mai mult, factorii comunicaționali se combină cu cei cognitivi ducând la construcția unor scheme cognitive care orientează cel puțin așteptările și modalitățile noastre de a concepe formarea și desfășurarea relațiilor. Baxter aderă la ideea că oamenii au astfel de scheme sau cadre conceptuale coerente care „dau seama” de felul în care relațiile interpersonale se dezvoltă sau ar trebui să se

⁵² Leslie Baxter, „Cognition and Communication in the Relationship Process”, în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 178-192.

termine. Ea numește aceste structuri *scheme ale traiectoriei procesului* („process trajectory schemata”) interpersonal, care sunt folosite pentru a interpreta interacțiunile relaționale⁵³. Autoarea analizează două dintre cele mai cunoscute scheme pentru a vedea dacă se poate stabili o prioritate. Acestea sunt metaforic numite „Vârtejul” („Whirlwind”), respectiv „Prietenia mai întâi” („Friendship First”). Aceste traiectorii nu sunt alese aleatoriu, întrucât ele țin de o anumită orientare stereotipizată a simțului comun – de fapt, sunt scheme stereotipe la nivel mental. Respondenții analizați de Baxter au confirmat ipoteza că majoritatea relațiilor romantice urmează traiectoria „Prietenia mai întâi”, și doar o minoritate pe cea a „Vârtejului”. Un alt rezultat interesant a fost prezența relativ importantă a descrierilor relaționale în termeni de evoluție sinusoidală, respectiv de maturizare prin îndepărtarea față de un anumit ideal naiv inițial:

„All relationships have their ups and downs”.

„All relationships are kind of crazy at first; everything’s so idealized. Then reality catches up”.

Strategiile prin care se abordează problema evoluției relației sunt de două tipuri, după Baxter: strategii directe – dintre care cea mai importantă este *discuția directă* despre relație – și strategii indirecte. Baxter și Philpott⁵⁴ au identificat cinci tipuri principale prin care oamenii încearcă să-și determine partenerii relaționali să se implice mai mult în relația respectivă:

- Intensificarea atenției față de celălalt (mai ales prin complimente care vor să ateste considerația purtată pentru el);
- Marcarea similarităților (se caută și se arată punctele comune cu celălalt);
- Prezentarea de sine (prezentarea unei imagini pozitive despre propria persoană);
- Favorurile (care pot lua și forma recompenselor);
- Includerea (concentrarea pe activități care presupun proximitatea partenerilor).

Preluând de la Baxter și colaboratorii săi ideea evoluției sinusoidale a relațiilor interpersonale, Fisher caracterizează schimbarea relațională pornind de la patru aspecte sesizate de cercetătorul Dick Conville:

⁵³ *Ibidem*, pp. 180-181.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 186

- 1) Schimbarea este *predictibilă*. Nu putem prezice conținutul schimbărilor, dar faptul că ele vor interveni este cunoscut încă de la început;
- 2) Schimbarea este *unică* pentru fiecare caz în parte;
- 3) Schimbarea are un caracter *oblic* – de obicei, suntem conștienți de ceea ce s-a întâmplat și de efectele apărute *numai după* ce schimbarea a avut loc;
- 4) Schimbarea presupune în mod uzual o alternanță a *comportamentelor de siguranță*: a păstra o relație începută asigură un confort social, un anumit suport din partea partenerului și o sumă de comportamente predictibile care țin de „partea bună” a redundanței, în timp ce a renunța la o relație (mai ales după fazele traumatiche, dacă e cazul) înseamnă mai mult timp liber pentru interesele și scopurile personale, o libertate de mișcare și acțiune mai mare, posibilitatea de a modifica radical anumite opțiuni etc.

Aceste observații arată cum majoritatea relațiilor pot fi judecate în termenii unui raport dinamic între *riscurile interpersonale* și *comportamentele compensatorii*.

Desfășurarea relațiilor interpersonale – cu precădere a celor romantice – presupune trecerea de la managementul impresiei și conversația de suprafață la autodezvăluirile profunde, la orientarea într-o direcție comună și la manifestarea autentică a trăirilor personale. Foarte multe studii s-au ocupat de manifestarea emoțiilor în relațiile interpersonale. Două funcții centrale sunt subliniate de Fisher în demersul său: a) *funcția de atribuire*; b) *funcția inferențială*. În ambele cazuri, explicația pleacă de la propriile trăiri ale persoanei. În cazul primei funcții, plecând de la anumite experiențe individuale și comune, atribuim sentimente, intenții și puncte de vedere partenerilor noștri. Evident, adeseori această atribuire este greșită. În cazul funcției inferențiale, încercăm să ghicim elementele mai sus menționate examinând comportamentele verbale și non-verbale. Patru cercetători ai relațiilor conjugale (Sillars, Pike, Jones, Murphy) preluați de B. Fisher sintetizează procesul inferențial în următoarele puncte:

- a) Informațiile accesibile imediat au cea mai mare influență asupra inferențelor pe care le facem;
- b) Comportamentele non-verbale constituie sursa principală a informațiilor din care derivăm concluziile noastre privind trăirile și emoțiile partenerului;
- c) Avem tendința de a infera mult mai ușor emoții negative decât emoții pozitive prin interpretarea comportamentelor non-verbale;
- d) Avem tendința de a supraestima similaritatea dintre modurile și structura trăirilor noastre și ale partenerului.

Desfășurarea unei interacțiuni interpersonale este caracterizată prin *deschidere* (inclusiv în sensul creșterii volumului și profunzimii autodezvăluirilor), *caracter informal* și *caracter imediat al activităților verbale*. După Fisher, „în timpul perioadelor de tranziție la un stadiu relațional cu un nivel mai mare de integrare, interacțanții încep să-și dezvolte propriile reguli care le ghidează interacțiunile. Pe măsură ce ei recunosc acele reguli proprii în interacțiunea lor, interacțiunea devine din ce în ce mai puțin formală”⁵⁵. În mod normal, studiind secvențele de comunicare verbală, se observă acum foarte clar prezența și nivelul calităților secundare de care am amintit în una din secțiunile anterioare (intimitate, intensitate, angajament și încredere).

În desfășurarea relației interpersonale intervin de obicei foarte mulți factori care înclină balanța în direcția continuării relației și, eventual, a atingerii unui nivel superior de integrare sau în direcția destructurării relației, respectiv a dezintegrării. Dintre ei, trei s-au bucurat de o atenție specială în literatura interpersonală:

- Conflictele (prevenire, apariție, evitare, rezolvare);
- Climatul comunicațional (J. Gibb – defensiv/suportiv);
- Dualitatea idealizare/realism.

Atunci când se pune problema analizării relației interpersonale, oamenii utilizează adeseori strategii indirecte, în termenii preferați de Leslie Baxter. Dintre acestea, sunt cunoscute strategiile *testării* (testul anduranței, testul triumphiului, testul „sugestiei indirecte”) și cele ale *justificării* („accounts”).

7.4.3. Modele ale finalizării relațiilor interpersonale

Așa cum s-a observat mai sus, majoritatea relațiilor trec prin anumite *puncte de cotitură*⁵⁶. Însă doar prezența acestor puncte nu cauzează disoluția relațiilor. Trebuie să existe anumiți factori care să își manifeste forța. Uneori, este suficient ca unul dintre cei trei factori amintiți mai sus să fie prezent și, dacă nu cunoaște o abordare potrivită din partea partenerilor, să ducă la destructurarea relației. În general, factorii care contribuie la terminarea relațiilor sunt integrați în trei categorii mari. În primul rând, este vorba despre factorii *intrapersonali*. După cum am menționat într-unul din primele noastre cursuri, ceea ce se întâmplă în interiorul nostru nu este comunicare interpersonală ci psihologie, dar tot ce se întâmplă în interiorul nostru afectează relațiile și comunicarea

⁵⁵ B. Aubrey Fisher, *op. cit.*, p. 290.

⁵⁶ A se vedea, de exemplu, analiza întreprinsă de Leslie Baxter în „Turning Points in Developing Romantic Relationships”, în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 241-255.

interpersonală. De la anumite caracteristici ale personalității până la schimbarea unor atitudini sau chiar schimbarea modelelor de preferințe sociale, toate aspectele interne pot conta în această direcție. În al doilea rând, factorii *contextuali* sunt la fel de prezenți. Schimbarea normelor sociale, schimbarea obișnuințelor într-o comunitate, modele sau simpla schimbare a locului de muncă pot determina în mod decisiv terminarea unei relații. În al treilea rând avem factorii *interpersonali propriu-ziși*. Luăm un singur exemplu: schimbarea normelor interne ale relației (Baxter) poate fi dorită de unul dintre parteneri și respinsă din principiu de către celălalt.

Steve Duck⁵⁷ vorbește de patru faze ale perioadei de descompunere („breakdown”) a relației interpersonale. Prima fază este cea *intrapsihică*, caracterizată de accentul pus pe partener. Duck consideră⁵⁸ că în această fază nu are loc o confruntare (marcată eventual de acuze sau chiar jigniri) directă, ci se desfășoară în forma unei lupte interioare. Este foarte posibil ca această luptă să fie dusă în paralel de cei doi parteneri, fără conștientizarea acestui lucru. Faza *diadică* presupune concentrarea asupra relației și confruntarea directă. Ambele părți își manifestă punctele de vedere despre relație (eventual, nemulțumirile reciproce despre starea ei) și își exprimă trăirile și disconfortul. Decisivă este abordarea problemei *reparare/disoluție*. În această fază, partenerii pot decide că relația merită să fie continuată și caută cauzele insatisfacțiilor precum și soluții pentru rezolvarea crizei. Din contră, ei pot decide că relația nu mai poate continua. Faza *socială* a descompunerii relaționale are în vedere discutarea, negocierea și soluționarea consecințelor publice ale acestui act. Este vorba atât despre consecințe simbolice, cât și despre consecințe practice. Consecințele simbolice includ schimbarea și adaptarea la noul status sau interacțiunea cu prietenii (eventual cei comuni), în timp ce cele practice vizează aspectele instituționale (dacă este cazul) sau materiale. În ultimă instanță, faza „înfrumusețării mormântului” constă într-un efort *post factum* de reinterpretare și reevaluare a relației deja încheiate. În general, acest proces are drept scop construirea unui model interior acceptabil despre relația respectivă. În mod normal, construim prin reinterpretare un model care să ne facă să ne adaptăm, atât cât putem, la ceea ce s-a întâmplat și la consecințele simbolice ale evenimentelor. Numele propus de Duck trimite la ideea că de foarte multe ori în această fază preferăm să „înfrumusețăm” realitatea.

⁵⁷ Steve Duck, „A Topography of Relationship Disengagement and Dissolution” în Mark Redmond, *op. cit.*, pp. 420-439.

⁵⁸ *Ibidem*, p. 431.

Modelele propriu-zise de terminare a relațiilor interpersonale diferă în funcție de interesele de cercetare și de asumțiile anterioare. Leslie Baxter⁵⁹, de exemplu, construiește o diagramă complexă bazată pe traiectorii posibile și pe alegeri binare care stabilesc rezultate parțiale și, la sfârșit, rezultatul final. Alți autori se concentrează pe studierea unor modele care revin constant în practică. M. Knapp, de pildă, evidențiază câteva aspecte ale modelului *stingerii lente* („passing away”), caracterizat de o descompunere lentă și graduală a relației. Relațiile care se termină conform acestui model și-au pierdut energia și elementele „nutritive” în timp, chiar pe o perioadă de ani de zile. Pasivitatea partenerilor și constanta abordare a strategiei de evitare a conflictelor sau problemelor importante ducă către o apariția unei falii în cadrul relației respective. Knapp observă că relațiile care se sting lent nu se termină din cauza vreunei acțiuni speciale a partenerilor, ci din cauza lipsei de decizie și de acțiune. Modelul *morții subite* („sudden death”) ipostaziat de Steve Duck este la antipodul modelului stingerii lente. De data aceasta, factorul hotărâtor nu este timpul și lipsa de inițiativă, ci apariția unei informații negative – sau percepute ca negative. Lipsa de fidelitate, lipsa loialității, violarea unei reguli fundamentale pentru cuplu sau lipsa de respect prin jigniri sunt câteva exemple de informație negativă care pot duce la terminarea foarte bruscă a relației. Informația negativă produce uneori ruperea instantanee, dar de cele mai multe ori comunicatorii fac o analiză (chiar dacă într-o perioadă foarte scurtă de timp) a raportului informație-relație și decid dacă relația merită continuată. Modelul „*nepotrivirii de caracter*” („pre-existing doom”) este cel mai bine ilustrat de butada „Între ei a fost dragoste la prima vedere, până când au constatat că au probleme cu vederea”. Steve Duck crede că în acest caz sunt relevante aspectele de personalitate și comportamentele încă necunoscute de partener. Mai mult decât atât, pot exista diferențe ireconciliabile – care vin, de obicei, pe linia *non-similarității* – greu de bănuț în faza inițierii. De multe ori dezvăluirea acestor aspecte necunoscute pune capăt relației într-un mod destul de rapid. Alte ori, ca și în cazul morții subite, analiza raportului relație-element nefavorabil poate duce la o formă de continuare.

Strategiile prin care vrem să punem capăt relației cad în dihotomia lui Leslie Baxter: strategii directe și strategii indirecte. Strategia directă înseamnă, bineînțeles, confruntarea partenerului și anunțarea deciziei (dacă ea este individuală). Strategiile indirecte le includ pe cele ale *tonului pozitiv* („putem să rămânem prieteni!”), *manipulatorii* (acționezi astfel încât nu tu să fii cel ce rupe relația), de *reducere a interacțiunilor* sau cele de *provocare a neînțelegerilor*.

⁵⁹ Leslie Baxter, „Accomplishing Relationship Disengagement”, în Mark Redmond, *op. cit.*, p. 417.

Aplicații:

- 1) Descrieți și analizați faza inițierii dintr-o relație stabilă (de cel puțin șase luni). Urmăriți îndeosebi prezența regulilor și a ritualurilor.
- 2) Ilustrați caracterul oblic al schimbării relaționale.
- 3) Descrieți (sau imaginați, dacă nu ați trăit o astfel de experiență) trei situații de finalizare a unor relații interpersonale care să ilustreze modelul stingerii lente, modelul morții subite, respectiv modelul nepotrivirii de caracter.